



UIN SUSKA RIAU

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN PADA *ANNAS STORE* PEKANBARU  
MENURUT EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**



**UIN SUSKA RIAU**

Oleh:

**LESI LEVISA  
NIM. 11625201819**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU-PEKANBARU**

**1441 H/2020 M**



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 trijauan 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

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN PADA ANNAS STORE PEKANBARU  
MENURUT EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

*Skrripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi  
(SE)*



**UIN SUSKA RIAU**

Oleh:

**LESI LEVISA  
NIM. 11625201819**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU-PEKANBARU**

**1441 H/2020 M**

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 trijauan suatu masalah,
  - b. Pengutipan tidak mengikinkan 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. 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 mengizinkan 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 PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Display Produk Terhadap Misiat Beli Konsumen Pada Anna Store Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam"**, yang ditulis oleh:

Nama : LESI LEVISA

Nim : 11625201819

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqabah  
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Ramadhan 1441 H  
28 April 2020

Pembimbing Skripsi



Nur Hasanah S.M. MM  
NIP. 19670120 200701 2 010

### PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH DISPLAY PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
PADA ANNAS STORE PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM

Nama Penulis : LESI LEVISA  
NIM : 11625201819  
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah dimatangkan pada  
Hari / Tanggal : Selasa / 19 Mei 2020  
Waktu : 08.00 WIB

Dan telah melakukan perbaikan sesuai dengan Catatan dari Tim Penguji Mataangkin Fakultas  
Syariah dan Hukum UIN Suska Riau



Pekanbaru, 2020  
Tim Penguji

1. Dra. H. Zuzal Andia, MA  
(Ketua sekaligus Anggota Penguji)
2. Rani Andini, SE, Sy., ME  
(Sekretaris sekaligus Anggota Penguji)
3. Dr. H. Mawardi M Shakh, Lc., MA  
(Anggota Penguji)
4. Syamsurizal, SE, M.Sc., Ak  
(Anggota Penguji)

Mengesahin  
Dalam Telatras Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.  
NIP. 19580712 198601 1 005

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

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

## ABSTRAK

### *Lesi Levisa (2020) : “Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Annas Store Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam”*

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena yang ada dimana penataan produk (*Display*) dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, karena hal tersebut berkaitan langsung dengan kenyamanan konsumen dalam berbelanja yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh konsumen. Penataan produk yang bagus akan menciptakan keindahan sehingga dapat menarik minat beli konsumen. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *Display* terhadap minat beli konsumen pada *Annas Store* Pekanbaru, dan bagaimana tinjauan ekonomi islam mengenai *Display* produk yang dilakukan oleh *Annas Store* dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian secara kuantitatif yang dilakukan pada *Annas Store* Pekanbaru yang berlokasi di Jalan HR. Soebrantas Komplek Metropolitan City, Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berjumlah 549 orang. Sampel pada penelitian ini berjumlah 85 responden yang didapat menggunakan rumus Slovin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara, Angket, dan Dokumentasi. Selanjutnya penulis menganalisa data menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 39,125 + 0,470X$  artinya bahwa variabel *Display* berpengaruh positif terhadap variabel minat beli. Hal ini diuji dengan menggunakan uji t dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} (3,746) > t_{tabel} (1,988)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Untuk uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,145. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*Display*) terhadap naik turunnya variabel dependen (Minat Beli) adalah sebesar 14,5% dan sisanya 85,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini. Pada koefisien korelasi diketahui R sebesar 0,380. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (*Display*) dengan variabel dependen (Minat Beli) memiliki hubungan yang rendah.

Dalam tinjauan Ekonomi Islam, bahwa *Display* pada *Annas Store* telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yang memperhatikan kerapian, kebersihan dan keindahan. Dari praktek yang dijalankan oleh *Annas Store* maka tidak ada ditemui indikasi yang bertentangan dengan syariat islam.

**Keyword : *Display*, Minat Beli**

## KATA PENGANTAR



*Bismillahirrahmanirrahim*  
*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala*, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat dan salam senantiasa dikirimkan kepada Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam* yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kegelapan hingga ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi dengan judul : **"Pengaruh *Display* Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Aannas Store* Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam"** berguna untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum di Universitas Islam Jember Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dukungan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini, di antaranya:

1. Bapak Istimewa buat Ayahanda "Jasrimadi" dan Bapak "Suparnu" serta Ibunda "Limiati" yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, mendorong, memotivasi dan memberikan cinta dan kasih sayangnya hingga hari ini.



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kakak Kandung dari penulis “Geovanny Donara, S.T.” dan adik kandung penulis “Putri Rahmadani”, serta segenap keluarga besar yang senantiasa mendoakan dan memotivasi penulis.

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

Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Dr. H. Heri Sunandar, M.Cl selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Maghfirah, M.A selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Bapak Dr. Syahpawi S.Ag, M.Sh selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Ibu Nur Hasanah, S.E, MM yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya buat penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

8. Bapak Budi Azwar, S.E., M.Ec. selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan.

9. Bapak/ Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa mengerti apa yang belum penulis mengerti.

10. Terimakasih kepada Bapak Nasrul selaku pemilik toko *Annas Store* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di toko *Annas Store*

beserta seluruh karyawan yang bekerja di toko *Annas Store* yang telah banyak membantu memberikan informasi kepada penulis sehingga penulis dapat melakukan penelitian dengan baik.

11. Sahabat-sahabat terbaik Ayu Fitri, Dahliana, Fitri Riskia, Kakak Delima Basri, S.Pd, Kakak Hamida Nasution, S.Pd, dan Kakak Inda Puspita Sari, S.HK. Kom beserta seluruh teman-teman kelas Ekonomi Syariah A angkatan 2016 yang senantiasa menasehati penulis dan menyemangati penulis.
12. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Do'a dan harapan penulis semoga Allah *subhanahu wata'ala* membalas budi baik semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia ini terlebih di akhirat kelak. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin*.

Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, kepada Allah *subhanahu wata'ala* penulis menyerahkan diri dan memohon pertolongan.

***Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh***

Pekanbaru, 20 April 2020  
Penulis,

**LESI LEVISA**  
**NIM. 11625201819**





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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Metode Penelitian .....	10
F. Model Penelitian .....	17
G. Hipotesa .....	19
H. Penelitian Terdahulu .....	20
I. Sistematika Penulisan .....	21
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Profil Toko <i>Annas Store</i> Pekanbaru .....	23
B. Visi dan Misi .....	25
C. Struktur Organisasi .....	25
D. Produk .....	28
E. Karyawan .....	28
<b>BAB III TINJAUAN TEORITIS</b>	



**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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

A. <i>Display</i> Produk .....	31
1. Pengertian <i>Display</i> (Penataan Produk) .....	31
2. Indikator <i>Display</i> .....	33
3. Tujuan <i>Display</i> dan Kewajiban Dalam Mendisplay .....	33
4. Teknik Mendisplay .....	34
5. Jenis – Jenis <i>Display</i> .....	37
6. Syarat – Syarat <i>Display</i> .....	41
7. Hal-Hal Yang Dihindari Dalam <i>Display</i> .....	43
8. Hal-Hal Yang Diperhatikan Dalam <i>Display</i> .....	44
9. Standard Operating Procedur (SOP) Penataan Produk .....	44
B. <i>Display</i> Dalam Islam .....	45
1. Keindahan Dalam Islam .....	46
2. Kebersihan Dalam Islam .....	49
3. Kerapian Dalam Islam.....	51
C. Minat Beli Konsumen .....	54
1. Pengertian Minat Beli .....	54
2. Aspek-Aspek Dalam Minat Beli .....	56
3. Ciri-Ciri Minat Beli .....	57
4. Indikator Minat Beli .....	59
D. Minat Beli Konsumen dalam Ekonomi Islam .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh <i>Display</i> Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Annas Store Pekanbaru .....	65



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Karakteristik Responden .....	65
2. Deskriptif Variabel .....	67
3. Analisis Variabel Penelitian .....	68
4. Uji Instrument Penelitian .....	77
a. Uji Validitas .....	77
b. Uji Reliabilitas .....	79
5. Uji Asumsi Klasik .....	80
a. Uji Normalitas .....	80
b. Uji Heteroskedastisitas .....	82
c. Uji Autokorelasi .....	83
6. Uji Hipotesis Penelitian .....	84
a. Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana .....	84
b. Uji Parsial (Uji-t) .....	86
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Korelasi (R) .....	87
B. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang <i>Display</i> Produk Pada Annas Store Pekanbaru .....	90
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran .....	98

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
Site Name: 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

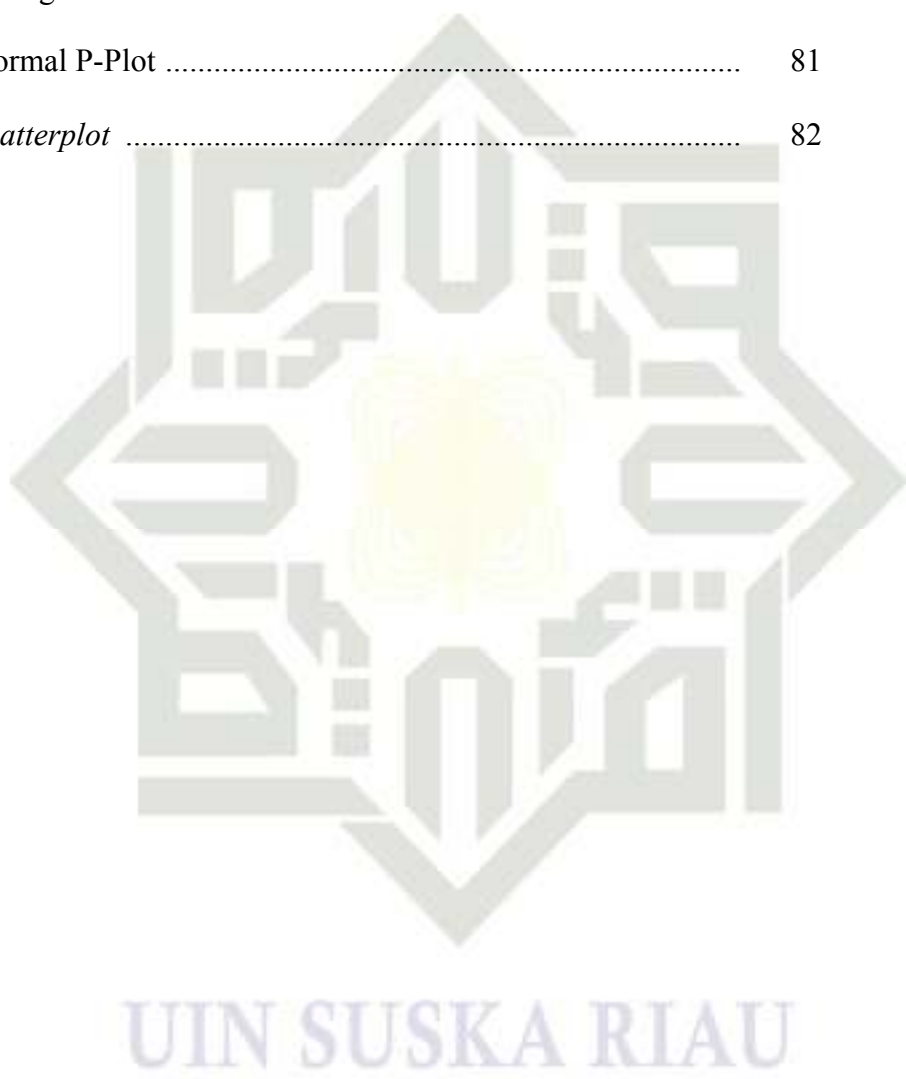
## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Jumlah Konsumen .....	7
Tabel I.2	: Definisi Operasional Variabel .....	18
Tabel I.3	: Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel II.1	: Produk .....	28
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	66
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	66
Tabel IV.4	: Statistik Deskriptif Variabel .....	68
Tabel IV.5	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Display</i> .....	69
Tabel IV.6	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli .....	73
Tabel IV.7	: Hasil Uji Validitas .....	78
Tabel IV.8	: Hasil Uji Reliabilitas .....	79
Tabel IV.9	: Hasil Uji Autokorelasi .....	84
Tabel IV.10	: Coefficient.....	85
Tabel IV.11	: Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji-t) .....	87
Tabel IV.12	: Model Summary .....	88

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	: Kerangka Penelitian .....	18
Gambar II.1	: Struktur Organisasi Pada <i>Annas Store</i> .....	27
Gambar IV.1	: Histogram .....	81
Gambar IV.2	: Normal P-Plot .....	81
Gambar IV.3	: <i>Scatterplot</i> .....	82



- Hak Cipta Dikembalikan kepada Jurdang-Jurdang
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 mengiklankan 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Konsumen telah menjadi pusat perhatian pemasar, karena konsumenlah yang memutuskan apakah ia akan membeli atau tidak barang dan jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>1</sup> Untuk memahami mengenai minat beli konsumen, tentunya kita harus tahu terlebih dahulu perilaku konsumen. Setidaknya ada dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipelajari. Pertama, mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada saat ini merupakan hal yang sangat penting. Memahami konsumen akan menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Selain itu juga perlu analisis aspek eksternal seperti budaya, kelas sosial, kelompok rujukan, keluarga dan lain-lain yang semuanya bisa mempengaruhi perilaku konsumen.

Kedua, perkembangan perdagangan pada saat ini menunjukkan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan daripada permintaan. Kelebihan penawaran ini menyebabkan banyak produk yang tidak terjual atau tidak dikonsumsi oleh konsumen. Kelebihan penawaran tersebut bisa disebabkan oleh faktor seperti kualitas barang tidak layak, tidak memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, atau mungkin juga konsumen tidak mengetahui keberadaan produk tersebut. Dari tiga faktor penyebab kelebihan penawaran diatas, dua faktor utama berhubungan langsung dengan konsumen dan faktor

---

<sup>1</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketiga disebabkan oleh kurangnya produsen dalam mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Oleh karena itu, sudah selayaknya perilaku konsumen menjadi perhatian penting dalam pemasaran.<sup>2</sup>

Kegiatan *marketing* atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sesungguhnya, sebagaimana yang dilakukan Rasulullah, yaitu religius, beretika, realitas, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, inilah yang dinamakan marketing syariah, dan inilah konsep terbaik marketing syariah untuk hari ini dan masa depan.<sup>3</sup>

Pada saat ini pemasaran barang atau jasa umumnya tidak dapat dikerjakan langsung dari produsen kepada konsumen, melainkan harus melalui beberapa perantara yang menyalurkan barang dari produsen ke konsumen yang dikenal dengan sebutan lembaga saluran distribusi (saluran pemasaran). Sebagai mata rantai terakhir dari saluran pemasaran tersebut adalah pengencer (*Retailer*). *Retailing* (pedagang eceran) merupakan kegiatan yang sangat penting dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen.

Bauran eceran (*Retailing Mix*) adalah kombinasi elemen-elemen produk, harga, lokasi, personalia, promosi, presentasi atau tampilan untuk menjual barang dan jasa pada konsumen akhir yang menjadi pasar sasaran. Variabel tersebut pada umumnya meliputi faktor-faktor seperti variasi barang dagangan dan jasa yang ditawarkan, harga, iklan, promosi dan tata ruang, desain toko, lokasi toko, dan pengelolaan barang dagangan. Untuk menjaga kelangsungan hidup serta kemajuan dan keunggulan dalam bisnis ritel yang semakin

<sup>2</sup> Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: UB Press, 2012), cetakan pertama, h. 6-7

<sup>3</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.156



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kompetitif, maka pengelola bisnis tersebut harus berupaya menerapkan strategi berupa program bauran penjualan ritel yang diharapkan memunculkan minat beli konsumen.<sup>4</sup> Ritel juga merupakan salah satu perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada konsumen dalam penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga.<sup>5</sup>

Agar perusahaan dapat bertambah dan berkembang lebih maju, salah satunya adalah dengan cara meningkatkan minat beli konsumen yaitu dengan kegiatan promosi. Promosi merupakan sarana mengkomunikasikan toko beserta produk yang ditawarkan kepada konsumen. Salah satu bagian dari usaha promosi penjualan yaitu dengan penataan interior dan eksterior display maupun layout toko. Dalam melakukan penjualan maka pada *marketing mix* maupun *retailing mix* perlu diperhatikan *Display produk* atau dikenal dengan tatanan barang.

Menurut William J. Shult, “ *Display consist of simulating costumers attention and interst in a product or a store, and desire to buy the product patronize the store, trough direct visual appeal.*” Display adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung (direct visual appeal).<sup>6</sup>

<sup>4</sup>Ibid, h. 85-86

<sup>5</sup>Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 4-5

<sup>6</sup>Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi, *Modul Menata Produk*, (Sukabumi: Ghalia Indonesia, 2007), Cet. Ke-2, Ed. Revisi, hal.8





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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ngadiman menyatakan bahwa *Display* adalah Tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokkan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli.<sup>7</sup>

*Display* dikatakan berhasil jika bisa menciptakan citra niaga atau *store image*, dapat membangkitkan selera (menarik, informatif, dll), mempermudah pembeli mencari barang, menonjolkan jenis dan merek barang, memperkenalkan barang baru dan meningkatkan penjualan.<sup>8</sup>

*Display* agar menarik konsumen harus terlihat rapi dan bersih, mudah dilihat, dijangkau, dan dicari, lokasinya tepat, aman dan susunannya memikat.

Manusia adalah makhluk yang sangat mengandalkan daya visual (*visual animal*). Karena itulah manusia menyukai keindahan dan kebersihan, sebab dorongan tersebut merupakan naluri manusia atau fitrah yang dianugerahkan Allah kepada hamba Nya. Islam adalah agama yang menyukai keindahan.

.... إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ

Artinya: “...Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri.” (QS.Al-Baqarah:222)<sup>9</sup>

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan menyukai keindahan (termasuk kebersihan dan kerapihan).” (HR. Muslim no. 91).

<sup>7</sup>Ngadiman, dkk, *Marketing (Untuk Sekolah Menengah Kejuruan)-jilid 2*, ( Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008), h. 329

<sup>8</sup>Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 238.

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*, (Jawa Barat: CV Penerbit diponegoro, 2007), h. 35



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kerapian tatanan barang akan mempengaruhi minat beli calon konsumen.

Minat beli merupakan rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan didalam konsumen itu sendiri.<sup>10</sup>

Menurut Sciffman dan Kanuk, mengemukakan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan.<sup>11</sup>

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.<sup>12</sup>

*Display* atau penataan barang agar terlihat rapi, indah dan menarik sangat penting dilakukan agar menarik minat konsumen untuk membeli. Setiap toko memerlukan *display* seperti toko baju, toko tas, toko aksesoris, maupun toko sepatu. Yang mana semua toko tersebut bisa ditemui pada Pasar Senja yang berada di Komplek Metropolitan City, Panam, Pekanbaru.

<sup>10</sup> Jurnal Skripsi, diakses pada tanggal 16 Oktober 2019 dari <http://jurnalskripsi.com/peranan-kebijakan-display-dalam-meningkatkan-minat-beli-konsumen-pada-toserba-html>.

<sup>11</sup> Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2007), H. 201

<sup>12</sup> Christina Widhia Utami, *Op.Cit*, h.25



- 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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pasar senja merupakan pasar yang terdiri dari para pedagang ritel fashion modern, dimana pada pasar tersebut khusus menjual barang-barang perlengkapan fhasion seperti berbagai jenis pakaian, tas, sepatu, aksesoris dan segala jenis perlengkapan fhasion lainnya. Diantara banyaknya gerai toko di Pasar Senja tersebut salah satu toko yang perlu memperhatikan *display* adalah toko sepatu, apalagi jika toko sepatu tersebut menjual berbagai jenis sepatu maka perlu diperhatikan kerapian penyusunan tata letak sepatu agar konsumen tertarik untuk membeli karena mudah mencari barang yang mereka inginkan.

Salah satu bisnis sepatu adalah *Annas Store* yang beralamat di Pasar Senja Giant Komplek Metropolitan City Jalan HR. Soebrantas kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang biasa dikenal dengan nama Pasar Senja Giant Panam. *Annas Store* berdiri sejak tahun 2013 dan telah memiliki empat gerai toko yang tersebar di pasar senja. Dimana *Annas Store* merupakan toko sepatu eceran yang konsumennya membeli untuk penggunaan secara pribadi bukan untuk penggunaan bisnis. dan jenis sepatu yang dijual beraneka ragam, mulai dari sepatu sport, sneakers, wedges, pansus, high heels, sepatu sekolah dan berbagai macam jenis sendal.

*Annas Store* merupakan toko yang cukup dikenal oleh konsumen yang berbelanja di Pasar Senja dan telah mengalami perkembangan yang sangat bagus yang dapat dilihat dari penyediaan stok barangnya. Dimana dalam satu minggu dapat mengisi stok sebanyak 2 kali bahkan mencapai 3 kali pengisian stok saat jumlah konsumen meningkat. Dimana dalam sekali pengisian stok



mengeluarkan modal sebanyak Rp.15.000.000 – Rp.20.000.000. Sehingga sekarang Annas Store telah membuka gerai sepatu sebanyak empat toko yang tersebar di Pasar Senja Giant, sehingga dapat dikatakan Annas Store menguasai pasar pada persaingan pasar di Pasar Senja Giant.

Berdasarkan observasi dilapangan pada Annas Store, tatanan peletakan barang terlihat kurang rapi, juga terlihat tidak ada harga yang ditempel pada produk sepatu yang ada di toko tersebut sehingga membuat konsumen sulit dalam berbelanja. Tatanan peletakan barang tidak rapi tidak sesuai dengan pengelompokkan jenis sepatu yang ada. Hal tersebut akan mempengaruhi jumlah pembeli yang ingin berbelanja ditoko Annas Store tersebut. Dan berdasarkan hasil observasi jumlah pembeli mengalami fluktuasi setiap bulannya yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pembeli Pada Annas Store Di Satu Gerai Toko Pada Bulan Januari-September Tahun 2019**

No	Bulan	Jumlah Konsumen	Persentase
1.	Januari	492	-
2.	Februari	467	-5.35
3.	Maret	461	-1.3
4.	April	670	31,19
5.	Mei	748	10,42
6.	Juni	560	-33.57
7.	Juli	482	-16.18
8.	Agustus	540	10.74
9.	September	517	-4.45

Sumber: Data Konsumen Annas Store

- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari data di atas dapat kita lihat terjadi fluktuasi pada jumlah konsumen setiap bulannya. Dimana pada bulan januari konsumen berjumlah 492 orang dan menurun pada bulan febuari dengan persentase -5.35%, bulan maret terjadi penurunan lagi namun tidak terlalu jauh sehingga persentase penurunannya hanya -1,3%, pada bulan april dan mei terjadi kenaikan yang signifikan dan bulan juni terjadi penurunan yang signifikan juga sehingga persentase penurunannya mencapai -33,57%. Pada bulan juli juga terjadi penurunan namun tidak sebesar penurunan pada bulan sebelumnya sehingga persentase penurunannya menjadi sebesar -16.18%, dan bulan agustus terjadi kenaikan dengan persentase kenaikan menjadi 10,74%, serta bulan september terjadi penurunan dengan persentase sebesar -4,45%.

Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang pembeli yaitu ibu Rena mengatakan bahwa saat ia berbelanja di toko maka akan lebih tertarik pada toko dengan penataan yang rapi dan bersih sehingga akan terlihat lebih indah dan membuat nyaman.<sup>13</sup> Maka dari itu penataan toko yang menarik dan rapi akan menarik minat pembeli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Display* akan berpengaruh pada minat beli konsumen.

Maka dari data diatas penulis tertarik meneliti lebih dalam tentang ***“Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Annas Store Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam.”***

---

<sup>13</sup>Wawancara dengan bu Rena (pembeli), tanggal 15 April 2020 di toko Annas Store Pekanbaru.



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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibicarakan, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Annas Store Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam”**.

## C. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *display* produk dengan minat beli konsumen pada Annas Store?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai *display* produk yang dilakukan oleh Annas Store dalam mempengaruhi minat beli konsumen?

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh antara *display* produk dengan minat beli konsumen pada Annas Store.

Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah mengenai *display* produk yang dilakukan oleh Annas Store dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

### 2. Manfaat Penelitian

Bagi peneliti lain, sebagai bahan informasi dan pertimbangan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.



**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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Bagi badan usaha, sebagai informasi mengenai apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *display* produk dengan minat beli konsumen.

c. Untuk mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan.

d. Bagi peneliti, sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan pada program strata satu (S1) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Jurusan Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## E. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian secara kuantitatif yang dilakukan di *Annas Store* Pekanbaru yang berada di jalan HR. Subrantas kecamatan Tampan kota Pekanbaru. Lokasi ini dipilih karena penulis melihat penataan barang yang tidak rapi pada toko tersebut sedangkan toko tersebut telah membuka empat gerai toko yang tersebar di Pasar Senja Giant, sehingga menandakan bahwa perkembangan yang baik terjadi pada *Annas Store*.

### 2. Jenis Data

a. **Data Primer**, adalah data yang dikumpulkan dan diolah peneliti dari sumber asli<sup>14</sup>. Yaitu data yang diperoleh langsung dari wawancara dan angket atau kuisisioner yang diisi oleh konsumen pada *Annas Store* yang berkaitan dengan judul penelitian.

<sup>14</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, ( Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h.



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 mengiklankan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**b. Data Sekunder**, adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.<sup>15</sup> Yaitu data yang diperoleh dari literatur kepustakaan seperti buku-buku, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

**a. Observasi** merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang akan diteliti.

**b. Wawancara** adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan responden.<sup>16</sup>

**c. Angket** adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden.<sup>17</sup>

**d. Dokumen** yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

### 4. Subjek dan Objek Penelitian

**a.** Subjek penelitian ini adalah Konsumen pada *Annas Store*.

**b.** Objek penelitian ini adalah pengaruh *display* produk terhadap minat beli konsumen menurut ekonomi islam.

### 5. Populasi dan Sampel

**a. Populasi**

<sup>15</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ( Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Grup, 2005), cet Ke-2, h. 132

<sup>16</sup> Saifuddin azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: PT.Pustaka Pelajar, 2001), h.125

<sup>17</sup> Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* , (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 182





Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti.<sup>18</sup>

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berjumlah 549 orang, yang didapat dari hasil rata-rata jumlah konsumen pada bulan januari sampai september tahun 2019.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang akan dianggap dapat menggambarkan populasinya.<sup>19</sup> Teknik pengambilan sampelnya menggunakan rumus Slovin yaitu:

Rumus:

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

E = Persentase kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel, pada kasus ini menggunakan e = 10% (0,1)

Sampel:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{549}{1+549(0,1)^2} \\
 &= \frac{549}{6,49} \\
 &= 84,56
 \end{aligned}$$

<sup>18</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), h. 119

<sup>19</sup> Irwan Sohartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung:PT. Remaja Rosdakaya, 2004), h. 57



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Jadi, sampel pada penelitian ini berjumlah sebanyak 85 orang konsumen. Dan metode pengambilan sampel dengan cara *Accidental Sampling* yaitu konsumen yang didapat secara kebetulan bertemu di tempat penelitian.

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Instrumen Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Daya diskriminasi yang digunakan pada uji validitas sebesar 0,30. Sehingga sebuah item valid apabila nilai koefisien korelasi  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.<sup>20</sup> Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi pearson*

$$\text{produk moment} := \frac{\sum xy}{\sum x^2 \cdot \sum y^2}$$

Keterangan :  $r$  = koefisien korelasi

$x$  = deviasi rata-rata variabel X ( $X - \bar{X}$ )

$y$  = deviasi rata-rata variabel Y ( $Y - \bar{Y}$ )

#### 2). Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan

<sup>20</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3, h. 235.



**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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Qasim Riau

menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*. Batasan nilai dalam uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### 1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.<sup>21</sup> Pengujian menggunakan rumus *kolmogrov smirnov*.

### 2) Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park, dan uji Glejser. Namun pada penelitian ini akan dibahas dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho dan melihat pada pola titik-titik pada grafik regresi.

a. Uji Koefisien Korelasi Spearman's rho

b. Melihat pola titik-titik pada grafik regresi.

<sup>21</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *Pengantar Statistika*, ( Yogyakarta: Bumi Aksara, 2011), Ed. Ke-2, h. 109.



**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 mengiklankan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (*data time series*) maupun yang tersusun dalam rangkaian ruang yang disebut (*cross sectional*). Salah satu pengujian yang umum digunakan untuk menguji adanya autokorelasi adalah uji statistik Durbin Watson. Uji ini dihitung berdasar jumlah selisih kuadrat nilai-nilai faktor-faktor pengganggu. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika angka Durbin Watson (DW) dibawah -2 berarti terdapat autokorelasi yang positif.
- Jika angka Durbin Watson (DW) diatas -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika angka Durbin Watson (DW) diatas +2 berarti terdapat autokorelasi negative.

### Model Regresi

#### 1. Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisa ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.<sup>22</sup> Dimana variabel independen (X) adalah pengaruh *Display* produk, sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat beli.

$$Y = a + bX$$

<sup>22</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), h.103



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Keterangan:

$Y$  = minat beli

$a$  = konstan

$b$  = koefisien arah regresi linear

$X$  = *display*

## ➤ Pengujian Hipotesis Penelitian

### 1) Uji t (Uji Parsial)

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

### 2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Koefisien Korelasi

Koefisien Determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih  $X$  (bebas) terhadap variabel  $Y$  (terikat).<sup>23</sup>

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Pada penelitian ini uji korelasi dapat dilihat dengan rumus *korelasi pearson produk moment*.

<sup>23</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), Ed.1, Cetak-2, h.336



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Yarif Kasim Riau

Rumus:  $KD = (r)^2 \times 100\%$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

### Skala Pengukuran

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.<sup>24</sup> Setiap pertanyaan mempunyai 5 alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
2. Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 2
3. Alternatif jawaban kurang setuju diberi skor 3
4. Alternatif jawaban setuju diberi skor 4
5. Alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5

Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS versi 16.00.

### F. Model Penelitian

Model penelitian ini diterangkan bahwa *display* produk pada toko sepatu berdampak pada minat beli konsumen, dengan kata lain jika semakin bagus *display* akan besar minat beli, sebaliknya jika *display* tidak bagus akan kecil minat beli. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

<sup>24</sup> Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, ( Yogyakarta : Andi Offset, 2009), Ed. Ke-2, h. 84.

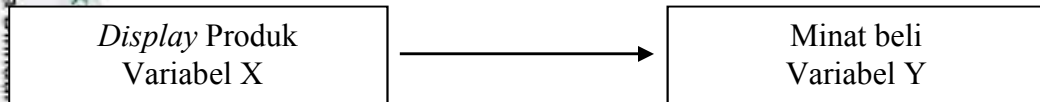


Hak Cipta © Hak Milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta dan 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar. 1.1**  
**Kerangka Penelitian**



Gambar: Model Penelitian  
 Sumber: Diolah Peneliti Sendiri

**Tabel. 1.2 :**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel penelitian	Defenisi Variabel	Indikator
1.	<i>Display</i> (Variabel X)	Menurut Ngadiman, <i>Display</i> adalah tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli.	Menurut Ngadiman, a. Pengelompokan jenis barang b. Pengelompokan kegunaan barang c. Kerapihan barang d. Keindahan toko <sup>25</sup>
2.	Minat Beli (Variabel	Menurut Sciffman dan Kanuk dalam jurnal Edsa	Menurut Schiffman dan Kanuk dalam jurnal Edsa

<sup>25</sup>Ngadiman, dkk, *Op.cit.*



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>Y)</p> <p>Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Nathasya Valentina, Minat</p> <p>Beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan.</p>	<p>Nathasya Valentina:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Tertarik untuk mencari informasi produk</li> <li>b. Mempertimbangkan untuk membeli</li> <li>c. Tertarik untuk mencoba</li> <li>d. Ingin mengetahui produk</li> <li>e. Ingin memiliki produk<sup>26</sup></li> </ol>
-------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### G. Hipotesis

**H1** :Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *display* produk terhadap minat beli konsumen pada *Annas Store* Pekanbaru.

<sup>26</sup> Edsa Nathasya Valentina, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada: Batik Air Sebagai Brand Extension Dari Lion Air)*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2014), h.7





## Penelitian Terdahulu

Tabel 1.3 : Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul Skripsi	Variabel	Hasil Penelitian
1	Aurelius Dewangga, 2010	Pengaruh <i>Display</i> , promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Toserba Baru Wonogiri	<i>Display</i> (X1), Promosi (X2), Pelayanan (X3), Keputusan Pembelian (Y)	Menunjukkan bahwa faktor <i>display</i> , promosi, dan pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen Toserba Baru Wonogiri
2	Eka Febri Triyanti Manik, 2018	Pengaruh Produk <i>Display</i> Terhadap Minat Beli (Studi pada Transmart Plaza Medan Fair)	<i>Display</i> (X), Minat Beli (Y)	Menunjukkan bahwa produk <i>Display</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli
3	Lintong, 2006	Pengaruh <i>Display</i> Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	<i>Display</i> (X), Minat Beli (Y)	Menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara <i>Display</i> dengan Minat Beli

- Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- UIN SUSKA RIAU
- UIN SUSKA RIAU
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Dilarang tidak mengutip kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengemukakan 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">4 Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Wan Renny Abzalita, 2014</p>	<p>PT Toserba “X” Antapani Bandung</p> <p>Pengaruh Penataan (<i>Display</i>) Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Buah Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam</p>	<p>Penataan (<i>Display</i>) (X), Minat Beli (Y)</p>	<p>Bahwa <i>Display</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di pasar buah Pekanbaru</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">5 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Hefry Wika Kusuma Wardhana, Ainur Rochmaniah, 2014</p>	<p>Pengaruh <i>Display</i> produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT.ACE Hardware Sidoarjo</p>	<p><i>Display</i> (X), Keputusan Pembelian Konsumen (Y)</p>	<p>Menunjukkan bahwa variabel berpengaruh lemah pada variabel keputusan pembelian.</p>

## I. Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Bab ini terdiri dari pendahuluan, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis, metode penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan gambaran umum Profil *Annas Store*.

## **BAB III : KERANGKA TEORITIS,**

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang meliputi pengertian pemasaran, usaha ritel, pengertian konsumen, minat beli konsumen, display produk, pemasaran syariah.

## **BAB I V : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan tentang *display* produk *Annas Store*, minat pembeli pada *Annas Store*, dan tinjauan ekonomi islam pada *Annas Store* kecamatan Tampan kota Pekanbaru.

## **BAB V : PENUTUP**

Merupakan bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari penulis sebagai jalan keluar dari permasalahan yang di hadapi.



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Site Name: University of Sultan Yarif Kasim Riau

## BAB II

### GAMBARAN UMUM

#### A. Profil Toko Annas Store Pekanbaru

Usaha Annas Store merupakan usaha yang bergerak dibidang fashion yakni penjualan sepatu yang didirikan sejak tahun 2013 oleh bapak Nasrul, dan telah berkembang hingga saat ini. Yang mana usaha ini beralamatkan di Pasar Senja Giant Komplek Metropolitan City Jalan HR. Soebrantas kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang biasa dikenal dengan nama Pasar Senja Giant Panam. Awalnya pada tahun 2013 toko sepatu ini hanya berdiri satu gerai yaitu di Ramayana Pekanbaru, namun dua tahun kemudian yaitu pada tahun 2015 Annas Store ini pindah ke Pasar Senja Giant dan membuka dua gerai toko. Seiring berjalannya waktu toko sepatu Annas Store ini semakin berkembang yang awalnya hanya memiliki empat karyawan dan satu pemilik toko yang juga ikut dalam penjualan sepatu tersebut, sehingga pada tahun 2018 Annas Store membuka satu gerai toko lagi di tempat yang sama yaitu Pasar Senja Giant Panam. Sehingga pada tahun 2018 bapak Nasrul telah membuka tiga gerai toko sepatu. Terakhir pada bulan juli 2019 Annas Store membuka satu gerai toko sepatu lagi di tempat yang sama sehingga Annas Store hingga tahun 2019 telah memiliki empat gerai toko dengan sepuluh karyawan dan satu pemilik toko.

Pada toko sepatu Annas Store ini menjual berbagai macam jenis sepatu, mulai dari sepatu sport, sneakers, wedges, pansus, high heels, sepatu sekolah dan berbagai macam jenis sandal. Annas Store termasuk toko yang sangat



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkembang dan salah satu toko sepatu yang memiliki banyak gerai di Pasar Senja Giant. Alasan bapak Nasrul lebih memilih membuka banyak gerai toko di Pasar Senja Giant dari pada memperbesar satu toko sepatunya adalah karena Pasar Senja merupakan Pasar Fhasion yang khusus menjual barang-barang fhasion seperti berbagai jenis pakaian, tas, sepatu, aksesoris dan segala jenis perlengkapan fhasion lainnya, serta sedikit penjual makanan yaitu hanya satu deretan gerai makanan yang berada di dekat jalan masuk motor. Sehingga persaingan begitu ketat di Pasar tersebut. Maka dari itu bapak Nasrul memiliki strategi pemasaran dengan membuka banyak gerai toko sepatu yang tersebar di pasar senja tersebut, sehingga kemungkinan konsumen yang membeli di tokonya tersebut semakin besar. Letak geografis Pasar Senja itu sendiri adalah sebelah barat berbatasan dengan rumah sakit jiwa tampan, sebelah utara berbatasan dengan rumah penduduk, sebelah selatan berbatasan dengan MTC Giant, dan sebelah timur berbatasan dengan pondok pesantren Darel Hikmah.

Keberhasilan toko sepatu Nasrul ini dapat dilihat dari penyediaan stok barang, dimana stok barang dipesan dua kali dalam seminggu, bahkan jika konsumen ramai bisa sampai tiga kali pengisian stok barang dalam seminggu. Dimana dalam sekali pengisian stok barang bisa mengeluarkan modal sebanyak 15 juta sampai 20 juta rupiah, artinya jika dua kali pengisian stok barang dalam seminggu bisa mengeluarkan modal mencapai 40 juta rupiah untuk keempat gerai tokonya.<sup>27</sup> Hal tersebut menggambarkan Annas Store merupakan salah satu toko sepatu yang berhasil dalam bisnisnya.

<sup>27</sup> Nasrul, Pemilik Annas Store, *Wawancara*, Pekanbaru, 28 Desember 2019



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

## B. Visi dan Misi

**Visi** : Menjadi toko sepatu yang mampu memberi kepuasan konsumen dengan menyediakan bermacam sepatu yang dibutuhkan konsumen

**Misi** : Mampu memenuhi keinginan konsumen, membantu mahasiswa menambah penghasilan dengan membuka lowongan sebagai karyawan toko. Mampu mengajarkan karyawan untuk bersikap jujur dan disiplin.

## C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah bagaimana pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal. Ada enam elemen kunci yang perlu diperhatikan oleh para manajer ketika hendak mendesain struktur, antara lain:

- Spesialisasi pekerjaan, sejauh mana tugas-tugas dalam organisasi dibagi-bagi kedalam beberapa pekerjaan tersendiri.
- Departementalisasi, dasar yang dipakai untuk mengelompokkan pekerjaan secara bersama. Departementalisasi dapat berupa proses, produk, geografi, dan pelanggan.
- Rantai komando, garis wewenang yang tanpa putus yang membentang dari puncak organisasi ke eselon paling bawah dan menjelaskan siapa bertanggung jawab kepada siapa.



- 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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Rentang kendali, jumlah bawahan yang dapat diarahkan oleh seorang manajer secara efisien dan efektif.
5. Sentralisasi dan desentralisasi, sentralisasi mengacu pada sejauh mana tingkat pengambilan keputusan terkonsentrasi pada satu titik didalam organisasi. Desentralisasi adalah lawan dari sentralisasi.
6. Formalisasi, sejauh mana pekerjaan-pekerjaan di dalam organisasi dibakukan.<sup>28</sup>

Pada Annas Store ini desain organisasinya termasuk struktur sederhana, dimana struktur sederhana adalah sebuah struktur yang dicirikan dengan kadar departementalisasi yang rendah, rentang kendali yang luas, wewenang yang terpusat pada seseorang saja, dan sedikit formalisasi. Struktur sederhana paling banyak dipraktikkan dalam usaha-usaha kecil dimana manajer dan pemilik adalah orang yang satu dan sama. Kekuatan dari struktur ini adalah kesederhanaannya yang tercermin dalam kecepatan, kefleksibelan, ketidakhakmatan dalam pengelolaan, dan kejelasan akuntabilitas.<sup>29</sup>

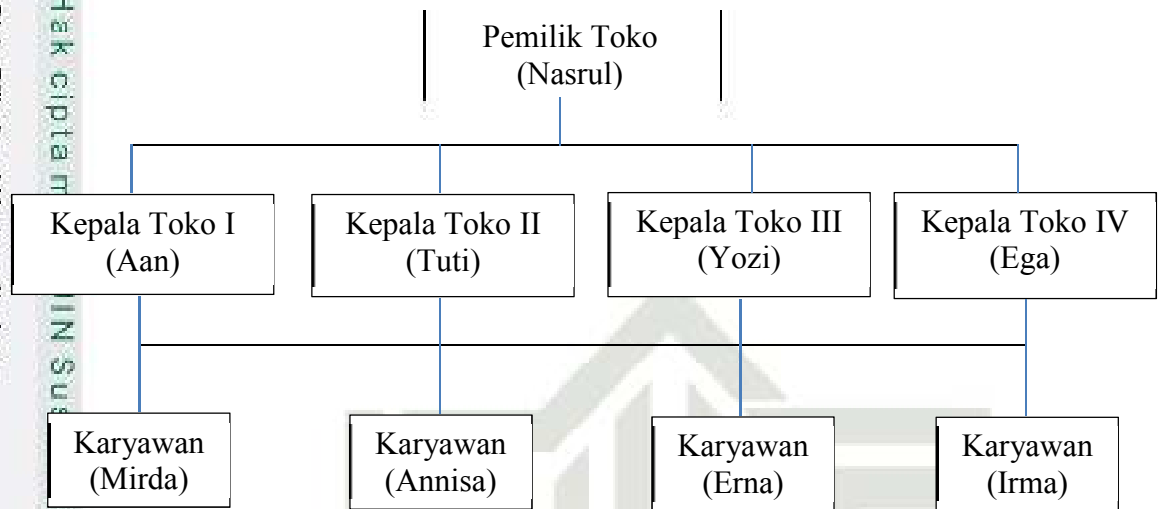
<sup>28</sup> Robbins, Stephan P, Judge, Timmothy A, *Perilaku Organisasi Buku 2*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 214-224

<sup>29</sup> *Ibid.*



- 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 tujauan sosial masalah.
    - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1: Gambaran Struktur Organisasi pada Amas Store:



Uraian tugas :

#### 1. Pemilik toko

Pemilik toko Amas Store yaitu bapak Nasrul yang bertugas mengawasi kendali toko baik secara fisik maupun keuangan toko. Secara fisik berupa stok barang ditoko.

#### 2. Kepala Toko

Kepala toko yaitu karyawan yang di percayai untuk memegang keuangan toko dan memberi laporan keuangan, baik laporan keuangan perhari maupun perbulannya. Serta memberi laporan keadaan toko kepada pemilik toko. Juga bertugas melayani pembeli, menjaga kerapian dan kebersihan toko, serta membuka dan menutup toko.

#### Karyawan

Karyawan yaitu orang yang bekerja membantu kepala toko, baik dalam hal melayani pembeli, menjaga kerapian dan kebersihan toko, membuka dan menutup toko.





- D. Produk**
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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada toko sepatu *Annas Store* terdapat berbagai jenis produk sepatu, berikut uraian tabel produk sepatu yang ada di *Annas Store* Pekanbaru:

**Tabel 2.1**  
**Produk Pada Toko *Annas Store***

No	Jenis Sepatu	Harga (Rp)
1	Sepatu Sport	120.000 – 450.000
2	Pansus	35.000 – 170.000
3	Sepatu Sekolah	120.000 – 250.000
4	Wedges	75.000 – 350.000
5	Sneakers	100.000 – 250.000
6	High Heels	150.000 – 280.000
7	Berbagai Macam Sendal	15.000 – 75.000

### E. Karyawan

Pada awal berdiri *Annas Store* hanya memiliki 2 orang karyawan, seiring berjalannya waktu dan semakin berkembangnya *Annas Store* yang telah membuka 4 gerai toko di Pasar Senja Giant Panam, maka toko ini kini telah memiliki 10 karyawan, dimana 8 orang karyawan merupakan karyawan tetap yang terbagi dalam 4 toko yaitu masing-masing toko memiliki 2 karyawan dimana 1 karyawan ditunjuk sebagai kepala toko dan satunya lagi sebagai pendamping kepala toko untuk mengelola toko tersebut. Dan 2 karyawan lagi merupakan karyawan cadangan yang datang hanya beberapa kali dalam seminggu dan saat karyawan lain tidak bisa datang baik karena sakit maupun



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ada urusan lainnya atau saat karyawan lain sedang kewalahan melayani pembeli yang sedang ramai.

Karyawan diambil dari mahasiswa yang ingin bekerja sambil kuliah yang lebih diutamakan dan seorang muslim. Disini karyawan diwajibkan meninggalkan toko untuk melaksanakan sholat saat jam sholat telah tiba ke sebuah mushola yang telah tersedia di samping Pasar Senja Giant. Meninggalkan toko disini artinya menitipkan toko pada karyawan toko sebelah atau menutup gerai toko hingga selesai melaksanakan sholat. Bapak Nasrul mengajarkan kejujuran dan kedisiplinan kepada karyawannya baik dalam hal pekerjaan maupun ibadah kepada Allah subhanahu wa ta'ala.

Gerai toko *Annas Store* dibuka mulai pukul 15.00 WIB dan tutup pada pukul 22.00 WIB. Sedangkan jam kerja karyawan di mulai pada pukul 14.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB. Karyawan harus datang satu jam lebih awal karena harus membuka toko, merapikan dan membersihkan toko. Dan karyawan harus pulang satu jam lebih lama karena harus merapikan barang untuk menutup gerai toko, dan bapak Nasrul sendiri akan datang ke toko saat toko akan tutup dan karyawan akan memberi laporan penjualan harian kepada bapak Nasrul selaku pemilik toko. Jadi bapak Nasrul sendiri tidak ikut dalam menjaga tokonya hanya saja jika toko ramai seperti hari raya, liburan maupun tahun baru, maka barulah bapak Nasrul ikut membantu berjualan di gerai tokonya. Jika hari-hari biasa bapak Nasrul hanya sesekali datang untuk mengawasi dan melihat keadaan tokonya.



UIN SUSKA RIAU

Setiap karyawan diberikan gaji sebesar Rp.40.000 perhari atau Rp.1.200.000 perbulannya sedangkan kepala toko hanya berbeda Rp.10.000 perharinya dari karyawan lainnya yaitu sebesar Rp.50.000 perhari atau Rp.1.500.000 perbulannya. Karyawan juga diberikan kesejahteraan dalam bekerja berupa:

1. Bonus berupa uang gaji tambahan jika toko ramai pembeli seperti pada tahun baru, hari raya, dan saat-saat tertentu ketika toko ramai pembeli atau keuntungan toko lebih banyak dari hari-hari biasanya.
2. Tunjangan hari raya
3. Jam untuk istirahat dan makan, serta waktu sholat
4. Berkomunikasi dengan karyawan toko lainnya

#### 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

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

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Display Produk

##### 1. Pengertian Display (Penataan Produk)

Penataan produk dikenal juga dengan istilah *display*. Penataan produk (*display*) adalah suatu cara penataan produk, terutama produk barang yang diterapkan oleh perusahaan tertentu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Untuk penjelasan arti *display* tersebut, William J. Shultz, “*Display consist of simulating costumers attention and interest in a product or a store, and desire to buy a product or patonize the store, through direct visual appeal*”. *Display* adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung (*direct visual appeal*).<sup>30</sup>

*Display* produk oleh perusahaan yang sudah mapan digunakan sebagai sarana untuk melakukan *selling in* produk dengan mekanisme mengawinkan produk *fast moving* lainnya dengan produk baru yang sedang di-*launching*. Cara ini cukup ampuh dan selalu dilakukan, karena memiliki keuntungan. Perusahaan dapat segera memajang produknya. Artinya, produk baru harus dibeli oleh pedagang perantara jika membeli produk tertentu, biasanya

<sup>30</sup> Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi, *Op.cit*, h.8



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

produk laku, dan pedagang perantara mau membeli produk baru karena kebutuhan untuk menjual produk yang laku.<sup>31</sup>

*Display* produk atau penataan produk adalah sebuah hal penting yang dilakukan dalam gerai atau toko ritel karena penataan produk yang baik dapat meningkatkan minat pembeli dalam berbelanja. Menurut Rahmadana (2016), pemasar harus dapat menata produk yang ditawarkan dengan baik karena hal tersebut dapat membuat konsumen akan merasa nyaman dan betah berada di dalam toko untuk berbelanja. Menurut Bukhari Alma (2014:189) , Penataan produk yang baik akan membuat daya tarik dari penglihatan bagi konsumen sehingga memberikan kesan yang positif bagi konsumen.<sup>32</sup>

Salah satu penentu keberhasilan dalam bisnis ritel adalah cara mendisplay produk dengan benar. Sistem *display* berkaitan erat dengan jenis barang, ukuran, warna, rasa, kemasan, bentuk penataan, dan seterusnya. Yang dimaksud dengan *display* adalah tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokkan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli.<sup>33</sup>

Dalam melakukan *display* produk, seharusnya mengacu pada “logika” konsumen. Logika konsumen dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang meliputi cari berpikir, kebiasaan atau kecenderungan psikologis konsumen

<sup>31</sup> Frans M. Royan, *Smart Launching New Product (Strategi Jitu Memasarkan Produk Baru Agar Meledak Di Pasar)*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), h. 175

<sup>32</sup> I Putu Widya Artana, dkk, *Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar)*, (Denpasar: Universitas Udayana Bali, 2019), h. 376

<sup>33</sup> Ngadiman, *Op.cit*



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mempengaruhi perilaku mereka saat berbelanja dan berada di dalam toko sebagai contoh, kebanyakan konsumen yang memiliki kebiasaan belanja secara bulanan biasanya sudah mengetahui secara persis barang-barang apa saja yang harus mereka beli pada saat berbelanja. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor dari suatu keputusan pembelian.<sup>34</sup>

## 2. Indikator Display

Dari pengertian *Display* yang dikemukakan oleh Ngadiman yaitu menyatakan bahwa *Display* adalah Tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokkan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli.

Maka dapat diuraikan indikator *display* terdiri dari:

1. Pengelompokkan jenis barang
2. Pengelompokkan kegunaan barang
3. Kerapihan barang
4. Keindahan toko

## 3. Tujuan Display dan Kewajiban dalam Mendisplay

*Display* dikatakan berhasil jika bisa mencapai tujuan sebagai berikut:

- a. Dapat menciptakan citra niaga/store image
- b. Dapat membangkitkan selera (menarik, informatif, dll)
- c. Dapat memperkenalkan barang baru
- d. Dapat meningkatkan keuntungan

<sup>34</sup> Hefry Wika Kusuma Wardhana, Ainur Rohmaniah, *Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT.ACE Hardware Sidoarjo*, (Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2012), h.7-8



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

Dengan demikian, setiap karyawan toko harus mengetahui tata cara *display* dengan baik. Secara ringkas, tugas dan kewajiban karyawan dalam *mendisplay* barang adalah :

- a. Merapikan barang
- b. Memeriksa barang yang sudah kosong
- c. Memeriksa dan menerima barang-barang yang sudah masuk
- d. Memajang barang menurut jenisnya
- e. Mempelajari dan mengenal barang-barang
- f. Memelihara barang-barang dibagiannya
- g. Memberikan servis yang terbaik kepada pelanggan

Keterampilan yang perlu dimiliki seorang *pendisplay* barang:

- a. Memajang (*display*)
- b. Mengetahui barang (*product knowledge*)
- c. Memberikan servis.<sup>35</sup>

#### 4. Teknik Men-Display

Berikut beberapa teknik *display* barang:

- a. *Bulk*  
Pemajangan barang tanpa kemasan khusus (ditumpuk)
- b. *Ends*

<sup>35</sup> Sopiah dan Syihabudhin, *Op.Cit*, h. 238-239



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Pemajangan barang di ujung lorong/gang, cocok untuk produk *high impulsive* atau margin besar.

*Special display*

*Display* barang secara khusus, biasanya digunakan untuk barang yang sifatnya musiman atau untuk barang obral.

☪ *Island*

*Display* barang secara terpisah untuk menarik pembeli. Barang-barang yang unik dan eksklusif diletakkan ditempat khusus, yang terpisah dari barang lainnya.

e. *Cut-cases*

*Display* barang tanpa gondola, tetapi menggunakan kotak/karton kemasan besar yang dipotong sedemikian rupa dan disusun rapi. *Display* jenis ini cocok untuk “paper goods” minuman kaleng dan makanan kaleng.

*Jumbled display*

*Display* barang secara bertumpuk dan sembarang. Digunakan untuk barang yang tidak mudah pecah/rusak. Memberi kesan barang murah/obral.

*Formal display*

*Display* barang secara rapi dengan komposisi teratur.

*Multi product*





- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Display* barang yang diberi harga promosi (bukan obral) dan ditempatkan bersama-sama dengan barnag promosi lain (tidak dalam grup barang yang sama)

*Tie ins*

*Display* barang yang memiliki keuntungan besar sederet atau dekat dengan barang kebutuhan pokok atau barang yang diberi harga khusus.

*Shelt extenders* atau *J.Hook*

Menampilkan semacam gondola yang *portable* di depan daun gondola utama. Cocok untuk barang yang memiliki keuntungan utama.<sup>36</sup>

Berikut merupakan aktivitas persiapan *mendisplay* barang, antara lain:

- a. Bersihkan rak/tempat *display* dan produk yang akan di *display*
- b. Pastikan setiap produk mempunyai barcode
- c. Pastikan produk tersebut layak jual dan layak konsumsi

Sedangkan cara untuk *mendisplay* barang dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal berikut:

- a. *Full display*/sesuai program
- b. merek barang menghadap ke depan
- c. artikel tidak terbalik
- d. pengisian barang dari belakang dengan metode FIFO (*first in first out*)
- e. jika perlu turunkan barang di rak terlebih dahulu
- f. rata depan-*display* mulai dari bibir rak

<sup>36</sup> Sopiah dan Syihabudhin, *Op.Cit*, h. 239-240



**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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. selalu cek *expired date*

g. jaga selalu kerapian *display* barang.<sup>37</sup>

Berikut tata letak barang ditoko:

a. Harga, merek, serta keterangan barang harus jelas dan menghadap ke muka atau mudah dilihat pada posisi berdiri.

b. Komposisi rak, gondola, selving

- Pemajangan susun tegak (*vertical display*)
- Ukuran
  - Barang yang kecil diatas dan besar dibawah
  - Barang yang kecil dikiri dan besar dikanan
- Tatanan warna (memperhatikan gradasi warna)
- Dikelompokkan dalam departemen barang
- Dikelompokkan dalam kegunaan barang<sup>38</sup>

## 5. Jenis-Jenis Display

Dilihat secara umum *display* bisa dibagi menjadi beberapa macam, yang antara lain yaitu:

### a. *Window Display*

*Window display* ialah pemajangan barang dagangan di etalase atau jendela kegiatan usaha. Tujuan dari *window display* ini adalah untuk menarik minat konsumen sekaligus untuk menjaga keamanan barang

<sup>37</sup>Ngadiman, *Op.cit*, h. 329-330

<sup>38</sup>Sopiah dan Syihabudhin, *Op.Cit*, h. 241



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dagangan. Window *display* ini hanya memperlihatkan barang dagangan yang ditawarkan saja tanpa bisa disentuh oleh para konsumen sehingga pengamanannya menjadi lebih mudah. Apabila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut tentang barang yang dipajang tersebut, maka ia dipersilahkan untuk masuk untuk lebih memperjelas pengamatannya.

Fungsi window *display* ini antara lain yaitu:

- 1) Untuk menarik perhatian orang
- 2) Menimbulkan impulse buying (dorongan seketika)
- 3) Memancing perhatian terhadap barang-barang yang dijual di toko
- 4) Menyatakan kualitas barang yang baik dan ciri khas toko tersebut
- 5) Menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko.

#### **b. Interior Display**

Interior *display* ialah pemajangan barang dagangan di dalam toko.

Interior *display* banyak digunakan untuk barang-barang yang sudah dikenal luas oleh masyarakat banyak. Interior *display* ini terdiri dari beberapa bagian antara lain yaitu:

##### **1) Merchandise Display**

Merchandise *display* adalah menempatkan barang dagangan di dalam toko yang terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

##### **a) Open Interior Display**

Open interior *display* ialah penataan barang dagangan dalam kegiatan usaha dimana barang diletakkan secara terbuka sehingga



**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 mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

konsumen bisa melihat serta mengamati tanpa bantuan dari petugas penjualan (pramuniaga).

Kebaikan dari open interior display ini antara lain yaitu:

1. Pemilik toko dengan mudah mengadakan perubahan susunan pajangan bilamana sewaktu waktu diperlukan
2. Barang dagangan dapat dijual dengan cepat
3. Alat-alat yang digunakan untuk memamerkan barang-barang sederhana, barang-barang yang dipajang biasanya berupa barang-barang yang ingin cepat habis terjual, barang-barang yang lama lakunya dan barang-barang yang dibeli atas dorongan kata hati.

#### b) *Close Interior Display*

Close interior display ialah penataan barang dagangan dalam kegiatan usaha dimana barang diletakkan didalam tempat tertentu, sehingga konsumen hanya bisa mengamati barang tersebut saja. Apabila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut mengenai barang tersebut, maka ia akan meminta tolong pada wiraniaga untuk mengambilkannya.

#### 2) *Architectural Display*

Architectural display adalah penataan gambar yang menunjukkan gambaran tentang penggunaan barang yang diperdagangkan, misalnya seperti ruang tamu, kamar mandi, kamar tidur dan sebagainya.

#### 3) *Store Sign and Decoration*



- 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 mengiklankan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Merupakan simbol, tanda, lambang, gambar, poster, dan semboyan yang diletakkan diatas meja ataupun digantung dalam ruangan toko. Store sing ini dipakai untuk memberi arah kepada calon pembeli menuju barang dagangan serta memmberi informasi tentang kegunaan barang tersebut. Sementara decoration biasanya digunakan dalam acara-acara khusus, seperti pada hari raya idul fitri, natal dan penyambutan tahun baru.

#### 4) Dealer Display

Dealer display ialah simbol dan petunjuk-petunjuk tentang penggunaan barang yang dibuat oleh produsen. Simbol-simbol tersebut seakan-akan memberi peringatan kepada para pramuniaga agar tidak coba-coba memberikan informasi yang tidak sesuai atau tidak benar kepada konsumen.

#### **Eksterior Display**

Eksterior display ialah pemajangan berang dagangan pada tempat tertentu di luar kegiatan usaha yang biasa digunakan. Pemajangan sistem eksterior display ini banyak dipakai untuk promosi barang, pengenalan produk baru dan penjualan istimewa seperti misalnya cuci gudang, discount dan sebagainya. Untuk pemasaran secara tetap pemajangan sistem ini dirasa kurang optimal karena kelemahan faktor pengamanan, pegiriman barang, cuaca dan lain sebagainya. Pada intinya, eksterior



**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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

display hanya tepat digunakan untuk kondisi penjualan tertentu saja.

Fungsi dari eksterior display antara lain yaitu:

- 1) Memperkenalkan produk dengan cepat dan ekonomis
- 2) Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, seperti pada saat hari raya, ulang tahun dan lain sebagainya
- 3) Membantu mengkoordinir advertising dan merchandising
- 4) Mendistribusi barang ke konsumen dengan cepat.

#### d. *Solari Display*

Solari display adalah menempatkan barang dagangan dibagian *Departement store* sebagai daya tarik bagi para konsumen setelah konsumen masuk ke dalam toko, misalnya seperti pakaian yang digunakan oleh boneka model (menequin).

Baik dengan open interior display ataupun dengan closed interior display, barang dagangan tetap saja perlu ditata, diatur dan disusun sedemikian rupa, agar para konsumen bisa tertarik dan berminat akan membelinya.<sup>39</sup>

## 6. Syarat-Syarat Display

Syarat-syarat *display* terdiri dari :

a. Rapi dan Bersih

<sup>39</sup> Arlina, *Ilmu Ekonomi ID- Kumpulan Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, artikel diakses pada 19 Februari 2019 dari <http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/10/macam-macam-display.html>



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kerapian dan kebersihan barang maupun tempat pajang sangat penting untuk menarik pembeli supaya bersedia melihat dari dekat, hal tersebut merupakan satu syarat penting dalam *display*

b. Mudah dilihat, dijangkau dan dicari

Kebutuhan untuk merasa nyaman dalam berbelanja adalah tersedianya kemudahan-kemudahan. Kemudahan dalam mencari barang, mendapatkan informasi produk, dan terjangkau oleh rata-rata orang normal (tidak terlalu tinggi atau rendah).

Lokasi yang tepat

Hal ini disesuaikan dengan keadaan toko. *Display* juga diatur menurut kelompok barang atau menurut kelompok yang berhubungan. Dengan demikian, diharapkan lokasi dapat mengarahkan pembeli untuk membeli semua barang. Harus diingat bahwa menurut penelitian, sebagian pembelian dilakukan berdasarkan keputusan spontan dan pembeli dirangsang untuk memilih sendiri barangnya. Untuk itu, *display* pada prinsipnya menonjolkan produk-produk sedemikian rupa sehingga bisa berfungsi mengingatkan pembeli akan kebutuhannya.

Aman

*Display* yang baik, aman dari segi barang dan pembeli. Misalnya, menempatkan barang-barang yang mudah pecah di rak paling atas sehingga sulit dijangkau pembeli dan memerlukan kewaspadaan jika hendak mengambilnya.

Menarik



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hak cipta milik UIN Suska Riau

Menarik mencakup perpaduan warna, bentuk kemasan, kegunaan barang, serta adanya tema/tujuan yang pada akhirnya bermuara pada suasana belanja yang menyenangkan. Pengaturan *display* yang logis menuju pada keinginan pembeli untuk mengambil barang dengan mempertimbangkan:

- 1) Produk yang tepat (cocok)
- 2) Tempat yang benar
- 3) Saat yang pas
- 4) Susunan yang memikat
- 5) Harga yang menarik.<sup>40</sup>

## 7. Hal-hal yang dihindari dalam *display*

Yang harus diperhatikan dalam *display* untuk dihindari adalah :

- a. Barang kotor
- b. Label barang hilang
- c. Berbau
- d. Kemasan rusak
- e. Berubah warna
- f. Kaleng berkarat/penyok
- g. Isi kemasan hancur
- h. Bocor
- i. Kadaluwarsa<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Sopiah dan Syihabudhin, *op.cit*, hal. 242

<sup>41</sup> Sopiah dan Syihabudhin, *Ibid*, h.243

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU





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

## 8. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam *display*

Peletakan barang (*display* barang) yang baik sebaiknya memperhatikan:

a. Sedapat mungkin berdiri, setidaknya ada satu yang berdiri sehingga bisa menampilkan barang secara utuh. Merek menghadap kedepan.

b. Jika tidak mungkin diletakkan berdiri, barang diletakkan berbaring dengan tulisan atau merek huruf pertama di bawah sehingga mudah dibaca.

c. Peletakkan barang mempertimbangkan ketinggian maksimal pada rak, yaitu sekitar 110-160 cm agar aman dan mudah diambil.

d. Pertimbangkan pula harga dan tingkat laku barang (cepat laku atau lambat laku). Letakkan barang yang benar-benar bernilai tinggi/mahal di bagian *eye level* dan barang lambat laku disamping, atas, atau bawahnya.

e. Agar mudah diambil, barang diatur tidak terlalu rapat maupun bertumpung berlebihan hingga susah diambil.<sup>42</sup>

## 9. *Standard Operating Procedure* (SOP) Penataan Produk Suatu Perusahaan

SOP penataan produk adalah langkah-langkah yang harus ditempuh pada penataan produk yang dijadikan acuan (standar) dalam penataan untuk menarik perhatian dalam keputusan pembelian. Upaya menata produk disebut juga dengan istilah *Visual Merchandising* (VM). Lebih jelasnya, *visual merchandising* adalah penataan produk yang tujuannya untuk

<sup>42</sup> Ibid.



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menarik perhatian konsumen, dimana langkah-langkah dalam VM diantaranya dapat dilakukan dengan *display* dan label. Untuk itu, perlengkapan-perengkapan yang diperlukan dalam menyusun VM diantaranya adalah label harga dan *Price Card*.

Ketentuan yang harus diperhatikan pada label harga dan *price card* adalah:

- a. *Price Card* tidak rusak, artinya semua *price card* memiliki semua kondisi yang jelas untuk dibaca, tidak robek, dan tidak kotor.
- b. *Price Card* sesuai dengan produk yang diletakkan tepat sesuai antara produk dengan fisik barang.
- c. semua produk yang dipajang memiliki *price card* terutama untuk barang-barang yang ada di *shelving* (barang kering), sedangkan untuk barang-barang yang ada di *showcase* pendingin bila tidak memiliki *price card* harus memiliki POP harga.
- d. Semua produk yang dipajang memiliki label harga.
- e. Label harga ditempel rapi ditempatnya dan tidak menutupi produk.<sup>43</sup>

## B. *Display* dalam Islam

*Display* merupakan tatanan barang yang memperhatikan keindahan maupun kerapian dan kebersihan. *Display* diperlukan dalam kegiatan jual beli bukan hanya sekedar menarik konsumen untuk membeli, tetapi *display* merupakan anjuran dalam ajaran islam. *Display* bertujuan untuk menciptakan

<sup>43</sup> Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi, *Op.cit*, h.28-29



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keindahan, seperti halnya islam merupakan agama yang indah dan menyukai keindahan.

Menurut Yusuf Qardawi dalam jurnal Widyarini dan Puji (2017) pemasaran syari'ah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis, berbentuk kegiatan penciptaan nilai yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh, serta mendayagunakan kemanfaatan dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah. Pada penataan produk memiliki beberapa prinsip ekonomi islam yang perlu diterapkan penjual pada barang dagangannya atau tokonya agar memenuhi kriteria jual beli yang dianjurkan oleh Rasulullah. Prinsip ekonomi islam pada penataan produk tersebut adalah sebagai berikut:<sup>44</sup>

### 1. Keindahan Dalam Islam

Keindahan memiliki ragam arti seperti layak, baik, indah, bagus.

Adapun secara teknis keindahan bermakna sebuah hal yang fenomenal atau sebuah tirai yang tembus pandang dan transparan yang memancarkan kesempurnaan. Menurut pandangan Al-Qur'an, keindahan manusia juga termasuk dalam fenomena-fenomena keindahan adalah bersifat tabiat, maknawi, akhlak, dan moralnya. Begitu juga sebagian dari rukun-rukun keindahan dalam pandangan Al-Qur'an memiliki persyaratan berikut: memiliki tujuan, kesesuaian dan keseimbangan, pengaturan yang tertib dan indah, keragaman dan pertentangan, penghiasan, pembagusan, perindahan

<sup>44</sup> Widyarini dan Puji Pramudya Wardani, *Evaluasi Pemasaran Pada Mini Maket Syari'ah (Tinjauan Perspektif Hukum Islam Pada Minimarket Syar'e Mart)*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017), h. 223



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari segala macam cacat. Kebajikan bukan berarti mengabaikan keindahan duniawi, tapi menikmatinya sembari tetap berjalan dalam kerangka nilai-nilai islami untuk memaksimalkan kesejahteraan manusia.<sup>45</sup>

Keindahan pada toko dalam jual beli bertujuan untuk menarik minat konsumen agar membeli produk. Sehingga ada hal-hal yang perlu diperhatikan untuk memenuhi syarat keindahan pada toko.

Hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an Surah Yunus: 24 sebagai berikut:

إِنَّمَا مَثَلُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا كَمَاءٍ أَنْزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاءِ فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الْأَرْضِ مِمَّا يَأْكُلُ النَّاسُ وَالْأَنْعَامُ حَتَّىٰ إِذَا أَخَذَتِ الْأَرْضُ زُخْرُفَهَا وَازِيدَتْ وَظَنَّ أَهْلِهَا أَنَّهُمْ قَادِرُونَ عَلَيْهَا أَتَاهَا أَمْرُنَا لَيْلًا أَوْ نَهَارًا فَجَعَلْنَاهَا حَصِيدًا كَأَن لَّمْ تَغْنَبِ بِالْأَمْسِ ۚ كَذَٰلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: *“Sesungguhnya perumpamaan kehidupan duniawi itu, adalah seperti air (hujan) yang Kami turunkan dan langit, lalu tumbuhlah dengan subur karena air itu tanam-tanaman bumi, di antaranya ada yang dimakan manusia dan binatang ternak. Hingga apabila bumi itu telah sempurna keindahannya, dan memakai (pula) perhiasannya, dan pemilik-permiliknya mengira bahwa mereka pasti menguasainya, tiba-tiba datanglah kepadanya azab kami di waktu malam atau siang, lalu Kami jadikan (tanam-tanamannya) laksana tanam-tanaman yang sudah disabit, seakan-akan belum pernah*

<sup>45</sup> Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2009), h.34



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tumbuh kemarin. Demikianlah Kami menjelaskan tanda-tanda kekuasaan (Kami) kepada orang-orang berfikir.”<sup>46</sup>

Dan ayat Al-Qur’an tentang keindahan dalam islam, QS. Al-A’raf

ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Serta Berikut hadis tentang keindahan:

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan menyukai keindahan (termasuk kebersihan dan kerapihan).” (HR. Muslim no. 91).

Penelusuran terhadap keberadaan hadis tersebut dilakukan dengan menggunakan kitab *al-Mu’jam al-Mufahras Li Alfaz al-Hadith al-Nabawiy* melalui kata (جمال، جميل م جميلة). Ditemukan petunjuk bahwa hadis tersebut termuat dalam *Sahih Muslim; Iman; 147, Sunan al-Tirmidhy; Birr; 61, dan Musnad Ahmad; Juz I; hal. 399, dan Juz IV; hal. 133, 134, dan 151.*

<sup>46</sup> Departemen Agama RI, *Op.cit*, h.211



- 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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peristiwa yang melatarbelakangi munculnya Hadis Nabi Saw: “Sesungguhnya Allah Swt itu Maha-Indah dan menyukai keindahan” adalah bahwa suatu ketika Rasulullah Saw bersabda: “...tidak masuk surga mereka yang terdapat di dalam hatinya sebiji zarah kesombongan” kemudian seseorang berkata kepada Rasulullah Saw: ‘Wahai Rasul Allah sesungguhnya seseorang menyenangi jika pakaian dan sandal yang bagus!’ kemudian Rasulullah Saw bersabda: “itu bukan bagian dari kesombongan, sesungguhnya Allah Swt Maha-Indah dan menyukai keindahan...”.

Dalam riwayat Ahmad disebutkan bahwa orang yang berkata tersebut bernama Abu Raihanah. Menurut al-Qadiy ‘Iyad bahwa orang yang berkata tersebut bernama Malik bin Murrarah al-Rahawiy.<sup>47</sup>

## 2. Kebersihan dalam islam

Allah menyukai bila hamba-Nya berpenampilan rapi, indah, dan bersih. Istilah yang digunakan sebagaimana disinggung Al-Qur’an dan Sunnah banyak menggunakan istilah-istilah yang berkaitan dengan kebersihan atau kesucian. Dalam Al-Qur’an ada istilah thaharah sebanyak 31 kata dan tazkiyah 59 kata.

Kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran (debu, sampah dan bau tidak sedap). Minat beli konsumen dipengaruhi oleh kebersihan tempat berjualan dan barang dagangan yang bersih. Faktor kebersihan merupakan

<sup>47</sup> Abu al-Fadl ‘Iyad bin Musa bin ‘Iyad al-Yahsaby w. 544, *Sharh Sahih Muslim Li al-Qadiy ‘Iyad al-Musamma Ikmal al-Mu’lim Bi Fawaid Muslim*, tahqiq oleh Yahya Isma’il, Juz. 1 (al-Mans}urah: Dar al-Wafa’, (1419 H / 1998 M), h. 359.



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

faktor penting, karena setiap pelanggan memiliki keinginan sama yaitu melakukan pembelian tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit.

Hal tersebut sesuai dengan ayat Al-Qur'an tentang kebersihan yaitu surah Al-Muddassir ayat 4-5.

وَتِيَابِكَ فَطَهِّرْ  
وَالرُّجْزَ فَاهْجُرْ

Artinya: “Dan bersihkanlah pakaianmu, dan tinggalkanlah segala (perbuatan) yang keji.

Salah satu ciri khas ajaran islam adalah mengenai kesehatan. Ajaran islam tentang kesehatan berpedoman pada prinsip pencegahan lebih diutamakan daripada penyembuhan. Untuk menuju kepada upaya pencegahan tersebut, maka islam menekankan segi kebersihan lahir dan batin. Kebersihan lahir dapat mengambil bentuk kebersihan tempat tinggal, lingkungan sekitar, badan, pakaian, minuman, dan lain sebagainya. Dalam hubungan ini bisa dibaca ayat Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 222.<sup>48</sup>

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri.” (QS. Al-Baqarah:222)<sup>49</sup>

Dalam islam kebersihan merupakan sebagian dari iman. Berikut hadis tentang kebersihan:

<sup>48</sup> Supiana, *Metodologi Studi Islam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), h.62-63

<sup>49</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*, (Jawa Barat: CV Penerbit diponegoro, 2007), h. 35

## النَّظَافَةُ مِنَ الْإِيمَانِ

Artinya: “Kebersihan sebagian dari iman.” (HR. Al-Tirmidzi)

Syaikh Abdul‘Aziz bin Abdullah bin Bazz *rahimahullah* mengomentari hadits ini,

لكنه حديث ضعيف، ومعناه صحيح، معناه جاء في أحاديث أخرى، هذا الحديث رواه الترمذي بسندٍ ضعيف، (النظافة من الإيمان)، ولكن ليس سنده صحيحاً، ولكن في المعنى جاء عن النبي -صلى الله عليه وسلم- أن من شعب الإيمان إمطة الأذى عن الطريق

“Tetapi ia adalah hadits dhaif. Maknanya shahih (benar). Maknanya ada di hadits-hadits lain. Hadits ini diriwayatkan al-Tirmidzi dengan sanad dhaif. (Kebersihan sebagian dari iman) tetapi sanadnya tidak shahih. Tetapi dari sisi makna ada hadits dari Nabi *Shallallahu ‘Alaihi Wasallam* bahwa di antara cabang Iman adalah menyingkirkan gangguan dari jalan.”

### 3. Kerapihan Dalam Islam

Menurut Imam Al-Ghazali, berpenampilan rapi bagi Nabi Muhammad saw. adalah ibadah. Bagaimana tidak, dia diutus Allah untuk menyeru makhluk, menggugah mereka agar mengikuti, dan menarik simpati mereka. Jika penampilannya tidak berkesan di mata mereka, bagaimana mereka akan menyambut seruannya? Karena itu, tidak bisa tidak Nabi Muhammad saw. mesti tampil baik dan rapi dalam segala hal sehingga tidak dilecehkan dan dipandang miring oleh siapa pun. Sebab, rata-rata orang itu memandang lahirnya, bukan dalamnya. Dia adalah figur keteladanan. Kerapihan dalam







- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbusana dan berpenampilan menjadi ciri khas nya. Keteladanannya mengedepankan kerapihan dalam berbusana dan berpenampilanpun dilakukan pula oleh para sahabat. Dan hendaknya hal itulah yang juga dilakukan oleh umat islam, mereka juga harus berpenampilan rapi sehingga dengan kerapihan tersebut terkesan bahwa islam itu indah dan enak dipandang.

Begitu juga dalam jual beli, kerapihan sangat penting untuk diperhatikan dalam toko agar memudahkan konsumen dalam mencari produk yang mereka inginkan. Dengan kemudahan tersebut akan membuat konsumen menjadi loyal berbelanja ditoko tersebut.

Hal tersebut dapat dijelaskan oleh hadis tentang kerapian berikut:

سَوُّوا صُفُوفَكُمْ فَإِنَّ تَسْوِيَةَ الصَّفِّ مِنْ تَمَامِ الصَّلَاةِ

Artinya: *“Luruskanlah shaf-shaf kalian, karena lurusnya shaf adalah kesempurnaan shalat”* (HR. Bukhari no.690, Muslim no.433)

Takhrij Hadits:

Hadits dengan lafadz ini diriwayatkan oleh Imam Muslim dalam Shohihnya (433) dari shahabat Anas bin Malik -radhiallahu Ta’ala ‘anhu-, dan dalam riwayat Al-Bukhary (723), dengan lafazh:

سَوُّوا صُفُوفَكُمْ فَإِنَّ تَسْوِيَةَ الصَّفِّ مِنْ إِقَامَةِ الصَّلَاةِ



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: "Luruskan shaf-shaf kalian, karena sesungguhnya meluruskan shaf termasuk menegakkan sholat."

Semakna dengannya, hadits Abu Hurairah -radhiallahu Ta'ala 'anhu- dalam riwayat Al-Bukhary (722) dan Muslim (435), dari Nabi -Shallallahu 'alaihi wasallam- bahwa beliau bersabda:

وَأَقِيمُوا الصَّفَّ فِي الصَّلَاةِ فَإِنَّ إِقَامَةَ الصَّفِّ مِنْ حُسْنِ الصَّلَاةِ

Artinya: "Dan tegakkanlah shaf di dalam shalat, karena sesungguhnya menegakkan shaf termasuk diantara baiknya sholat".

Manusia adalah makhluk yang sangat mengandalkan daya visual (*visual animal*). Karena itulah manusia menyukai keindahan dan kebersihan, sebab dorongan tersebut merupakan naluri manusia atau fitrah yang dianugerahkan Allah kepada hamba Nya. Islam adalah agama yang menyukai keindahan. Sedangkan *Display* merupakan tata letak barang di toko dengan memperhatikan pengelompokkan barang maupun kerapihan barang, artinya display bertujuan untuk menciptakan keindahan agar terkesan menarik. *Display* harus diperhatikan dalam kegiatan jual beli terutama ditoko-toko agar menarik konsumen untuk membeli, sehingga penjualan semakin meningkat.

Berikut ayat Al-Qur'an tentang jual beli dalam islam: Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ



UIN SUSKA RIAU

فَإِنْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ  
الذَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>50</sup>

Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa.<sup>51</sup> dengan pengertian bahwa jual beli terdapat penyerahan barang atau jasa dari si penjual dengan penggantian yang seimbang dari pihak pembeli. Tetapi, Allah mengharamkan riba. Karena, dalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang.<sup>52</sup>

## C. Minat Beli Konsumen

### 1. Pengertian Minat Beli

Menurut Sciffman dan Kanuk, mengemukakan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar

<sup>50</sup> Departemen Agama RI, *Op.cit*, h. 47

<sup>51</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : IAIN Press, 2009), h.107.

<sup>52</sup> Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010),



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

terhadap sikap perilaku. Minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan.<sup>53</sup>

Minat beli juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk pikiran yang nyata dari refleksi rencana pembeli untuk membeli beberapa unit dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu tertentu. Dalam proses pembelian, minat beli konsumen ini berkaitan erat dengan motif yang dimilikinya untuk memakai ataupun membeli produk tertentu. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang harus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan megaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu.<sup>54</sup>

Pengertian minat beli menurut Setiawan dan Ihwan (2004) terdapat beberapa pengertian yaitu:

a. Minat beli mengarah kepada individu yang memiliki kemauan untuk membeli

b. Minat beli juga dapat dijadikan sebagai tolak ukur keinginan seseorang dalam membeli

<sup>53</sup> Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2007), H. 201

<sup>54</sup> Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2008), Ed Ke-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 mengulangi 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.

Minat beli berhubungan dengan perilaku pembelian yang dilakukan secara terus menerus oleh seseorang.

Perilaku pembelian konsumen diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya stimuli dari luar dirinya, rangsangan tersebut dapat berupa rangsangan pemasaran ataupun rangsangan dari lingkungan sekitarnya. Setelah memperoleh suatu rangsangan kemudian akan diproses dalam diri seseorang sesuai dengan karakteristik dirinya, setelah itu akan diambil keputusan pembelian. Oleh karena itu proses tertarik terhadap suatu produk atau jasa akan dialami oleh setiap konsumen sebelum keputusan pembelian dilakukan.<sup>55</sup>

## 2. Aspek-Aspek dalam Minat Beli

Lucas dan Britt (2003) dalam Natalia (2008) mengatakan bahwa aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli antara lain:

**a. Perhatian.** Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk, baik barang ataupun jasa.

**b. Ketertarikan.** Setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada konsumen.

**c. Keinginan.** Perasaan untuk mengingini atau memiliki suatu produk tersebut.

<sup>55</sup> Miki Ambarwati, dkk, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), h.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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ⓔ **Hak cipta milik UIN Suska Riau**

Ⓔ **Keyakinan.** Keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut membeli.

Ⓔ **Keputusan.** Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli mempertimbangkan barang dan jasa apa yang akan dibeli, dimana, kapan, bagaimana, berapa jumlah, dan mengapa membeli produk tersebut.<sup>56</sup>

### 3. Ciri-Ciri Minat Beli

Kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri:

a. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

b. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa.

Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 6) Menceritakan hal yang positif

Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara *eksplisit* memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.

### 7) Kecendrungan untuk merekomendasikan.

Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.<sup>57</sup>

Para pembeli memiliki motif-motif pembelian yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian, yaitu:

• *Primary buying motive*, yaitu motif untuk membeli yang sebenarnya, dengan kata lain pembeli berbelanja yang benar-benar menjadi kebutuhannya saja.

<sup>57</sup> Wan Renny Abzalita, *Pengaruh Penataan (Display) Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Buah Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: UIN Suska Riau, 2014), h. 60-61



**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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. *Selective buying motive*, yaitu pembelian terhadap barang dengan berbagai pertimbangan, misalnya apakah ada keuntungannya, apakah ada manfaatnya, dan lain-lain.

c. *Patronagr buying motive*, ini membeli dengan mempertimbangkan tempat pembeliannya, misalnya pada toko tertentu, hal ini bisa saja timbul karena layanan memuaskan, tempatnya dekat, cukup persediaan barang, dan lain sebagainya.

Keputusan pembelian (*puschase decision*), setelah konsumen mengevaluasi beberapa alternatif strategis yang ada, konsumen akan membuat keputusan pembeli. Terkadang waktu yang dibutuhkan antara pembuat keputusan adanya hal-hal lain yang perlu dipertimbangkan.<sup>58</sup>

#### 4. Indikator Minat Beli

Indikator-indikator dari minat beli menurut Schiffman dan Kanuk (2008), terdiri dari beberapa komponen, antara lain:

a. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk.

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Rangsangan tersebut dibagi menjadi dua, yaitu: pertama, pencarian informasi yang lebih ringan (penguatan perhatian). Kedua, level aktif dalam mencari informasi seperti, mencari bahan bacaan, bertanya kepada teman, atau mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.

<sup>58</sup> MHD Sukri Helmi NST, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada CV. Master Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu*, (Rokan Hulu: Universitas Pasir Pangaraian, 2016) h.6





**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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**9. Hak cipta milik UIN Suska Riau**

c. Mempertimbangkan untuk membeli

Melalui pengumpulan informasi, konsumen mempelajari merek-merek yang bersaing serta fitur merek tersebut. Melakukan evaluasi terhadap pilihan-pilihan dan mulai mempertimbangkan untuk membeli produk.

d. Tertarik untuk mencoba

Setelah konsumen berusaha untuk memenuhi kebutuhan, mempelajari merek-merek yang bersaing serta fitur merek tersebut, konsumen akan mencari manfaat tertentu dari solusi produk dan melakukan evaluasi terhadap produk-produk tersebut. Evaluasi ini dianggap sebagai proses yang berorientasi kognitif. Maksudnya adalah konsumen dianggap menilai suatu produk secara sangat sadar dan rasional hingga mengakibatkan ketertarikan untuk mencoba.

e. Ingin mengetahui produk

Setelah memiliki ketertarikan untuk mencoba suatu produk, konsumen akan memiliki keinginan untuk mengetahui produk. Konsumen akan memandang produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan.

f. Ingin memiliki produk

Para konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya. Sehingga, konsumen akan mengambil sikap (keputusan, preferensi) terhadap produk melalui



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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

evaluasi atribut dan membentuk niat untuk membeli atau memiliki produk yang disukai.<sup>59</sup>

## B. Minat Beli Konsumen dalam Ekonomi Islam

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan.

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.<sup>60</sup>

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk memiliki sehingga berusaha untuk mendapatkannya.

### 1. Masalah dalam perilaku konsumen islami

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Pola konsumsi pada masa kini lebih menekankan aspek pemenuhan keinginan material daripada aspek kebutuhan yang lain. Perilaku konsumsi Islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan hadits perlu

<sup>59</sup> Edsa Nathasya Valentina, *Op.cit*, h.7-8

<sup>60</sup> Maudy Vena Meylinda, *Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), h. 43



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.<sup>61</sup>

Mashlahat tahsiniyah adalah kemashlahatan dalam tingkatan kemewahan. Keberadaannya merupakan pelengkap bagi kemashlahatan lain, jika tidak terpenuhi maka tidak akan mengancam kehidupan manusia dan juga tidak akan menyebabkan mereka kesusahan dalam kehidupan. Hal ini biasanya kepatutan menurut adat istiadat, menghindari hal-hal yang tidak enak dipandang mata dan berhias dengan keindahan yang sesuai dengan tuntutan norma dan akhlak yang berlaku.<sup>62</sup>

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan *self interest*, maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai. Yang terjadi adalah munculnya berbagai ketimpangan dalam berbagai persoalan sosioekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama (masalah).

## 2. Kebutuhan dan keinginan.

Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (*syahwat*) dan kebutuhan (*hajat*). Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan

<sup>61</sup> Maudy Vena Meylinda, *Op.cit*, h. 28

<sup>62</sup> Al-Ikhlash, *Pendidikan Agama Islam*, (Padang: Zizi Publisher, 2015), h. 187



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Lebih jauh Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dan steril. Konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah. Pandangan ini tentu sangat berbeda dari dimensi yang melekat pada konsep konsumsi konvensional. Pandangan konvensional yang materialis melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan dan lain-lain tanpa memedulikan pada dimensi spiritual karena hal itu dianggapnya berada di luar wilayah otoritas ilmu ekonomi.<sup>63</sup>

Sebelum melakukan pembelian, seorang penjual harus bisa membangkitkan minat beli konsumen. Salah satu caranya ialah dengan memperindah tampilan produk dan membuat promosi semenarik mungkin agar calon konsumen bisa melihat dan mau mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan penjual. Dan memang dalam melakukan suatu usaha untuk menarik minat beli konsumen itu tidak gampang. Karena mereka yang memiliki keputusan pembelian. Jadi sebagai penjual harus kreatif agar bisa mendapatkan pembeli dan menjadikannya pelanggan. Jika usaha yang dilakukan sudah maksimal, pasti akan ada hasil yang memuaskan. Firman Allah dalam Al-Qur'an tentang balasan usaha yaitu QS. An-Najm ayat 39-40:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

<sup>63</sup>Maudy Vena Meylinda, *Op.cit.*, h. 27-29

وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى

Artinya: *“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, Dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya)”*<sup>64</sup>



@ Hakcipta 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 mengulangi 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.

<sup>64</sup> Departemen Agama RI, *Op.cit*, h.527

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 39,125 + 0,470X$  artinya bahwa variabel *display* berpengaruh positif terhadap variabel minat beli, hal ini juga diuji dengan menggunakan uji t dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} (3,746) > t_{tabel} (1,988)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Untuk uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,145. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*display*) terhadap naik turunnya variabel dependen (minat beli) adalah sebesar 14,5% dan sisanya 85,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini. Pada Koefisien Korelasi diketahui nilai  $R$  sebesar 0,380. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (*display*) dengan variabel dependen (minat beli) memiliki hubungan yang rendah pada *Annas Store* Pekanbaru.
2. Ditinjau menurut Ekonomi Islam, bahwa *Display* pada *Annas Store* Pekanbaru telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yang memperhatikan kerapihan, kebersihan dan keindahan. Dari praktek yang



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

dijalankan oleh *Annas Store* maka tidak ditemui indikasi yang bertentangan dengan syariat islam.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut:

1. Dengan diketahuinya variabel *Display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *Annas Store* Pekanbaru, oleh karena itu variabel *Display* tersebut dapat lebih dikembangkan atau ditingkatkan lagi agar dapat menarik perhatian pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan pada toko sepatu *Annas Store* Pekanbaru.
2. Agar jual beli pada toko sepatu *Annas Store* dapat lebih meningkatkan nilai keislaman dan menerapkan ajaran dalam Al-Qur'an dan Sunnah, maka *Display* harus terus diperhatikan dengan memperhatikan kerapian toko dan kebersihan serta keindahan toko. Hal ini juga dapat menarik perhatian konsumen untuk berbelanja di *Annas Store*. Karena islam merupakan agama yang indah dan menyukai keindahan.



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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 Site Iain Uiversity of Sumatera Kasim Riau

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzalita Wan Renny. 2014. *Pengaruh Penataan (Display) Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Buah Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Suska Riau: Pekanbaru
- Ambarwati Miki, dkk. 2015. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli*. Universitas Brawijaya: Malang
- Arifin Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. IAIN Press: Semarang
- Arlina. 19 Februari 2019. *Ilmu Ekonomi ID- Kumpulan Ilmu Ekonomi dan Bisnis* artikel diakses pada dari <http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/10/macam-macam-display.html>
- Artana I Putu Widya, dkk. 2019. *Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar)*. Universitas Udayana Bali: Denpasar
- Ayub Muhammad. 2009. *Understanding Islamic Finance*. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Azwar Saifuddin. 2001. *Metode Penelitian*. PT. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Departemen Agama RI. 2007. *Al-Qur'an*. CV Penerbit diponegoro :Jawa Barat
- Dwiastuti Rini, Shinta Agustina, Isaskar Riyanti. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. UB Press: Malang
- Fitriah Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish: Yogyakarta





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 mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasan Iqbal. 2005. *Pokok-pokok Materi Statistik 1*. Bumi Aksara: Jakarta  
Ed. Ke-2.

Hasan Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Statistik (Statistik Deskriptif)*. PT. Bumi Aksara : Jakarta

M. Burhan Bungin. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT. Kencana Prenada Media Grup: Jakarta

Meylinda Maudy Vena. 2017. *Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop*. UIN Alauddin Makassar: Makassar

Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta

Ngadiman, dkk. 2008. *Marketing (Untuk Sekolah Menengah Kejuruan)-jilid*

2. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan: Jakarta

NST MHD Sukri Helmi. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada CV. Master Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu*.

Universitas Pasir Pangaraian: Rokan Hulu

Prasetyo Bambang dan Miftahul Jannah Lina. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. RajaGrafindo Persada: Jakarta

Rivai Veithzal. 2012. *Islamic Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Robbins, Judge Stephan P , A Timmothy. 2008. *Perilaku Organisasi Buku*  
2. Salemba Empat: Jakarta

Schiffman Leon G dan Kanuk Leslie Lazar. 2007. *Perilaku Konsumen*. Indeks: Jakarta



2. Dilarang mengemukakan 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Schiffman Leon G dan Kanuk Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen* Ed Ke-7 Indeks: Jakarta
- Siregar Syofian. 2014. *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif* Ed.1, Cet.ke-2. Bumi Aksara: Jakarta
- Soehartono Irwan. 2004. *Metode Penelitian Sosial*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi Offset: Yogyakarta
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*-Ed. Ke-2s. Andi Offset: Yogyakarta
- Sumarwan Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia: Bogor Selatan
- Sutrisno dan Ruswandi Kusmawan. 2007. *Modul Menata Produk* Cet. Ke-2, Ed. Revisi. Ghalia Indonesia :Sukabumi
- Suwiknyo Dwi. 2010. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*. Pustaka Pelaja Yogyakarta
- Taniredja Tukiran dan Mustafidaah Hidayati. 2014. *Penelitian Kuantitatif (sebuah pengantar)*. Alfabeta: Bandung
- Usman Husaini dan Akbar Purnomo Setyady-Ed. Ke-2. 2011. *Pengantar Statistika*. Bumi Aksara: Yogyakarta
- Utami Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Salemba Empat: Jakarta



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Valentina Edsa Nathasya. 2014. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada: Batik Air Sebagai Brand Extension Dari Lion Air)*.

Universitas Indonesia : Jakarta

Wardhana Hefry Wika Kusuma, Rohmaniah Ainur. 2012. *Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT.ACE Hardware Sidoarjo*,

Universitas Muhamadiyah Sidoarjo: Sidoarjo

Wawancara dengan Pemilik toko Annas Store, bapak Nasrul, pada tanggal 15 April 2020

Wawancara dengan karyawan toko Annas Store, Mirda, pada tanggal 15 April 2020

Wawancara dengan konsumen toko Annas Store, ibu Rena dan Hanifah, pada tanggal 15 April 2020

Zuriah Nurul. 2002. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Bumi Aksara: Jakarta



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

## LAMPIRAN

### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **KUESIONER PENELITIAN PENGARUH DISPLAY PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ANNAS STORE PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM**

##### **A. Pengantar**

Penelitian ini dilakukan oleh Lesi Levisa dalam rangka penulisan skripsi untuk meraih gelar Strata 1 (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui data tentang Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Annas Store Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam. Responden diharapkan berkenan memberikan data dengan jujur dan sebenarnya demi keberhasilan penelitian ini. Peneliti bersedia untuk menjamin kerahasiaan data jika tidak layak untuk dipublikasikan karena data adalah untuk kepentingan Ilmiah, oleh karena itu responden tidak perlu menuliskan nama. Atas bantuan dan kerjasamanya peneliti ucapkan terimakasih.

##### **B. Identitas Responden**

Mohon berikan tanda ceklis (✓) pada jawaban yang anda pilih.

Jenis Kelamin :

( ) Pria

( ) Wanita

Pendidikan Terakhir:

( ) SD

( ) SMP



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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Umur :

- ( ) < 20 tahun
- ( ) 20-30 tahun
- ( ) 31-40 tahun
- (  ) 41-50 tahun
- ( ) > 50 tahun

- ( ) SMA
- ( ) Akademi (D1/D2/D3)
- ( ) Sarjana (S1/S2/S3)

**C. Display / Tata Letak Barang**

Petunjuk :

Berilah tanda ceklis (  ) pada kolom berikut sesuai dengan kenyataan yang dilihat dari Tata peletakan barang pada toko.

**SS = Sangat Setuju**

**S = Setuju**

**KS = Kurang Setuju**

**TS = Tidak Setuju**

**STS = Sangat Tidak Setuju**

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	<b>Indikator : Pengelompokkan Jenis barang</b>					
1	Saya mudah mencari jenis sepatu yang saya inginkan					
2	Saya mudah mencari ukuran sepatu yang saya inginkan					
3	Saya mudah mencari warna sepatu yang saya inginkan					

- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<b>Indikator : Pengelompokan Kegunaan barang</b>					
4	Saya tertarik membeli sepatu karena terdapat penataan nama sehingga memudahkan saya untuk mencarinya					
5	Saya membeli sepatu karena terdapat pengelompokan kegunaan sepatu					
6	Saya membeli sepatu karena keanearagaman kegunaannya					
	<b>Indikator : Kerapihan Barang</b>					
7	Saya membeli sepatu karena penyusunannya yang rapi					
8	Saya tertarik dengan penataan sepatu yang didesain dengan baik					
9	Saya tertarik dengan kerapihan desain rak					
	<b>Indikator : Keindahan Toko</b>					
10	Saya tertarik membeli sepatu karena ada tambahan hiasan di etalase/ rak sepatu tersebut					
11	Pemajangan diluar toko dapat menarik perhatian saya untuk membeli					
12	Kebersihan toko membuat saya nyaman berbelanja di toko tersebut					

#### D. Minat Beli

Petunjuk :

Berilah tanda ceklis ( ✓ ) pada kolom berikut sesuai dengan kenyataan yang dilihat dari penataan toko.



- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SS = Sangat Setuju**

**S = Setuju**

**KS = Kurang Setuju**

**TS = Tidak Setuju**

**STS = Sangat Tidak Setuju**

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	<b>Indikator : tertarik untuk mencari informasi produk</b>					
13	Saya mencari terlebih dahulu informasi tentang sepatu sebelum membelinya					
14	Saya termotivasi untuk membeli sepatu setelah mencari informasi tentang sepatu					
15	Saya puas dengan informasi sepatu yang saya dapat					
	<b>Indikator : Mempertimbangkan untuk membeli</b>					
16	Saya membeli sepatu dengan pertimbangan harga yang murah					
17	Saya membeli sepatu dengan pertimbangan yang matang					
18	Saya membeli sepatu dengan mempertimbangkan model sepatu					
	<b>Indikator : Tertarik untuk mencoba</b>					
19	Saya tertarik untuk mencoba setiap sepatu baru					
20	Saya tertarik mencoba semua jenis sepatu					

- 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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

21	Saya tertarik mencoba semua merek sepatu						
	<b>Indikator : Ingin mengetahui produk</b>						
22	Saya ingin mengetahui setiap ada sepatu baru						
23	Saya ingin mengetahui kualitas setiap sepatu						
24	Saya ingin mengetahui semua merek sepatu yang ada di toko tersebut						
	<b>Indikator : Ingin memiliki produk</b>						
25	Saya ingin memiliki sepatu sesuai jenis sepatu yang saya butuhkan						
26	Saya ingin memiliki sepatu sesuai kualitas yang saya inginkan						
27	Saya ingin memiliki sepatu sesuai model yang saya inginkan						



## 2. HASIL PENELITIAN

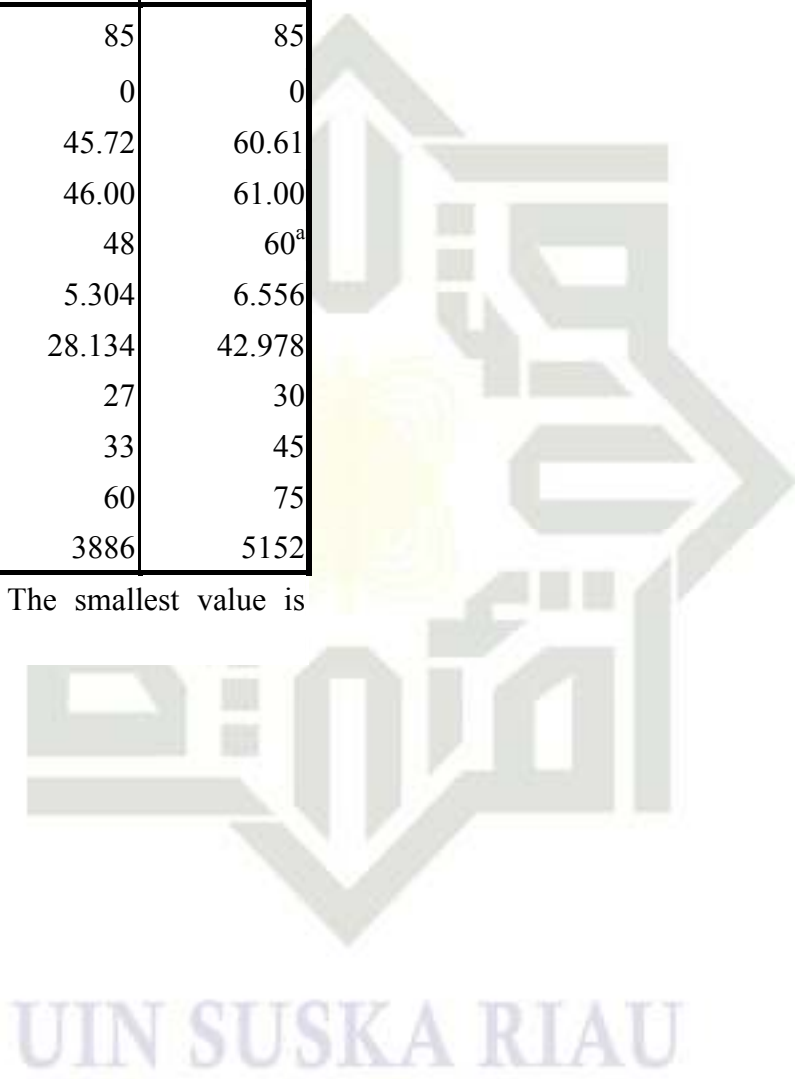
### FREQUENCIES

#### Statistics

		Display	Minat Beli
N	Valid	85	85
	Missing	0	0
Mean		45.72	60.61
Median		46.00	61.00
Mode		48	60 <sup>a</sup>
Std. Deviation		5.304	6.556
Variance		28.134	42.978
Range		27	30
Minimum		33	45
Maximum		60	75
Sum		3886	5152

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

- Hak Cipta Dilindungi**
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 mengulangi 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.



CORRELATION

Correlations

		PX1	PX2	PX3	PX4	PX5	PX6	PX7	PX8	PX9	PX10	PX11	PX12	TOTAL PX
PX1	Pearson Correlation	1	.328**	.323**	.120	.187	.288**	.338**	.190	.228*	.319**	-.077	-.098	.480**
	Sig. (2-tailed)		.002	.003	.273	.086	.008	.002	.081	.036	.003	.483	.372	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX2	Pearson Correlation	.328**	1	.393**	.141	.015	.155	.028	.046	-.060	.101	-.146	.008	.304**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.198	.890	.157	.802	.675	.588	.359	.183	.943	.005
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX3	Pearson Correlation	.323**	.393**	1	.352**	.102	.386**	.455**	.072	.424**	.241*	.016	.021	.610**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.001	.351	.000	.000	.513	.000	.026	.883	.849	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX4	Pearson Correlation	.120	.141	.352**	1	.312**	.329**	.244*	.169	.160	.328**	.184	.162	.563**
	Sig. (2-tailed)	.273	.198	.001		.004	.002	.024	.121	.144	.002	.091	.139	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 Undang-Undang  
 Di larang 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  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau  
 Di larang mengumumkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU  
 University of Sultan Sya

PX5	Pearson Correlation	,187	,015	,102	,312**	1	,386**	,372**	,228*	,205	,234*	,291**	,196	,557**
	Sig. (2-tailed)	,086	,890	,351	,004		,000	,000	,036	,060	,031	,007	,073	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX6	Pearson Correlation	,288**	,155	,386**	,329**	,386**	1	,537**	,029	,251*	,441**	,072	,212	,666**
	Sig. (2-tailed)	,008	,157	,000	,002	,000		,000	,795	,020	,000	,511	,052	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX7	Pearson Correlation	,338**	,028	,455**	,244*	,372**	,537**	1	,291**	,380**	,302**	,147	,241*	,696**
	Sig. (2-tailed)	,002	,802	,000	,024	,000	,000		,007	,000	,005	,179	,026	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX8	Pearson Correlation	,190	,046	,072	,169	,228*	,029	,291**	1	,170	,084	,152	,099	,380**
	Sig. (2-tailed)	,081	,675	,513	,121	,036	,795	,007		,119	,444	,166	,369	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX9	Pearson Correlation	,228*	-,060	,424**	,160	,205	,251*	,380**	,170	1	,455**	,134	,092	,553**
	Sig. (2-tailed)	,036	,588	,000	,144	,060	,020	,000	,119		,000	,221	,404	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

Hak cipta Dilindungi Undang-undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 . Dilarang mengumumkan dan menyebarkan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Sya

PX10	Pearson Correlation	.310**	,101	.241*	.328**	.234*	.441**	.302**	,084	.455**	1	.308**	.294**	.663**
	Sig. (2-tailed)	,003	,359	,026	,002	,031	,000	,005	,444	,000		,004	,006	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX11	Pearson Correlation	-,077	-,146	,016	,184	.291**	,072	,147	,152	,134	.308**	1	.413**	.397**
	Sig. (2-tailed)	,483	,183	,883	,091	,007	,511	,179	,166	,221	,004		,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PX12	Pearson Correlation	-,098	,008	,021	,162	,196	,212	.241*	,099	,092	.294**	.413**	1	.419**
	Sig. (2-tailed)	,372	,943	,849	,139	,073	,052	,026	,369	,404	,006	,000		,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
TOTAL_PX	Pearson Correlation	.480**	.304**	.610**	.563**	.557**	.666**	.696**	.380**	.553**	.663**	.397**	.419**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

Correlations

		PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	TOTAL PY
PY1	Pearson Correlation		.711**	.591**	-.062	-.005	.078	.095	.134	-.045	.216*	.133	.106	.192	.180	.015	.449**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.572	.961	.481	.389	.222	.686	.048	.226	.337	.078	.100	.892	.000
	N		85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY2	Pearson Correlation		1	.722**	-.026	-.018	-.043	.098	.153	-.045	.214*	.079	.140	.092	.067	-.032	.423**
	Sig. (2-tailed)			.000	.813	.867	.696	.375	.162	.682	.049	.471	.202	.402	.543	.774	.000
	N		85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY3	Pearson Correlation			1	.011	.141	-.013	.192	.216*	.046	.177	.158	.209	.173	.075	.017	.487**
	Sig. (2-tailed)			.000	.920	.199	.908	.079	.047	.676	.105	.148	.055	.114	.493	.879	.000
	N			85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY4	Pearson Correlation				1	.597**	.503**	.233*	.174	.081	.125	.117	.031	.276*	.292**	.275*	.422**
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.032	.110	.464	.253	.285	.780	.011	.007	.011	.000	.000
	N				85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY5	Pearson Correlation					1	.629**	.405**	.304**	.220*	.253*	.298**	.238*	.379**	.332**	.298**	.597**
	Sig. (2-tailed)					.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N					85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 Dilarang mengemukakan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Sya



	Sig. tailed) (2-	067	,199	,000		,000	,000	,005	,043	,020	,006	,029	,000	,002	,006	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY6	Pearson Correlation	-.043	,013	.503**	.629**	1	.537**	,194	.253*	.345**	.304**	,196	.418**	.410**	.336**	.608**
	Sig. tailed) (2-	,696	,908	,000	,000		,000	,075	,020	,001	,005	,072	,000	,000	,002	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY7	Pearson Correlation	,098	,192	.233*	.405**	.537**	1	.548**	.337**	.267*	.216*	.359**	.398**	.326**	.231*	.643**
	Sig. tailed) (2-	,375	,079	,032	,000	,000		,000	,002	,014	,047	,001	,000	,002	,034	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY8	Pearson Correlation	,134	,153	.216*	,174	.304**	,194	.548**	1	.419**	.403**	.231*	.441**	.273*	.309**	,080
	Sig. tailed) (2-	,222	,162	,047	,110	,005	,075	,000		,000	,000	,033	,000	,011	,004	,465
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY9	Pearson Correlation	-.045	-.045	,046	,081	.220*	.253*	.337**	.419**	1	,176	,102	,099	,065	,097	-.092
	Sig. tailed) (2-	,686	,682	,676	,464	,043	,020	,002	,000		,107	,352	,369	,552	,376	,400
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY10	Pearson Correlation	,216	.214*	,177	,125	.253*	.345**	.267*	.403**	,176	1	.505**	.397**	,165	.293**	,101

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

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya tulis.

b. Pengutipan tidak mengizinkan penggunaan yang melanggar hak cipta yang berlaku di wilayah UIN Suska Riau.

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sya

UIN SUSKA RIAU

	Sig. tailed) (2-	048	049	,105	,253	,020	,001	,014	,000	,107		,000	,000	,132	,007	,358	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY11	Pearson Correlation	,33	,079	,158	,117	,298**	,304**	,216*	,231*	,102	,505**	1	,495**	,309**	,329**	,392**	,570**
	Sig. tailed) (2-	226	,471	,148	,285	,006	,005	,047	,033	,352	,000	,000	,004	,002	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY12	Pearson Correlation	,06	,140	,209	,031	,238*	,196	,359**	,441**	,099	,397**	,495**	1	,326**	,299**	,170	,576**
	Sig. tailed) (2-	337	,202	,055	,780	,029	,072	,001	,000	,369	,000	,000	,002	,005	,119	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY13	Pearson Correlation	,192	,092	,173	,276*	,379**	,418**	,398**	,273*	,065	,165	,309**	,326**	1	,770**	,427**	,642**
	Sig. tailed) (2-	078	,402	,114	,011	,000	,000	,000	,011	,552	,132	,004	,002	,000	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY14	Pearson Correlation	,180	,067	,075	,292**	,332**	,410**	,326**	,309**	,097	,293**	,329**	,299**	,770**	1	,534**	,649**
	Sig. tailed) (2-	109	,543	,493	,007	,002	,000	,002	,004	,376	,007	,002	,005	,000	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
PY15	Pearson Correlation	,015	-,032	,017	,275*	,298**	,336**	,231*	,080	-,092	,101	,392**	,170	,427**	,534**	1	,434**

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

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah; dan penulisan kritik atau tinjauan

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

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sya

UIN SUSKA RIAU

	Sig. tailed) (2-	.774	.879	.011	.006	.002	.034	.465	.400	.358	.000	.119	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.423**	.487**	.422**	.597**	.608**	.643**	.620**	.339**	.585**	.570**	.576**	.642**	.649**	.434**	1
IPY	Sig. tailed) (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85



## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	85	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.732	.818	13

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PX1	87.62	105.904	.427	.	.720
PX2	87.64	108.163	.237	.	.729
PX3	87.68	101.719	.552	.	.708
PX4	87.68	103.029	.504	.	.712
PX5	87.56	103.582	.501	.	.714
PX6	87.78	100.390	.613	.	.704

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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PX7	87.64	100.092	.648	.702
PX8	87.48	107.134	.318	.725
PX9	87.74	103.480	.495	.714
PX10	87.73	100.390	.610	.704
PX11	87.48	106.229	.328	.723
PX12	87.47	106.109	.355	.722
TOTAL_P X	45.72	28.134	1.000	.767

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	85	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.859	16

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
PY1	117.58	161.533	.388	.725	.725
PY2	117.54	162.585	.364	.727	.727

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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PY3	117.67	162.224	.438	.725
PY4	117.02	163.714	.370	.728
PY5	117.00	161.738	.562	.723
PY6	116.98	161.166	.572	.722
PY7	117.19	159.155	.606	.718
PY8	117.18	158.504	.576	.717
PY9	117.26	165.075	.279	.731
PY10	117.29	159.520	.539	.720
PY11	117.09	161.443	.530	.722
PY12	117.28	158.229	.523	.718
PY13	116.98	159.071	.604	.718
PY14	116.95	158.379	.610	.717
PY15	116.73	164.604	.390	.729
TOTAL_P Y	60.61	42.978	1.000	.818

### Regression

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.380 <sup>a</sup>	.145	.134	6.100

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_PX

b. Dependent Variable: TOTAL\_PY

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.125	5.774		6.776	.000
	TOTAL_PX	.470	.125	.380	3.746	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_PY

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.380 <sup>a</sup>	.145	.134	6.100

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_PX

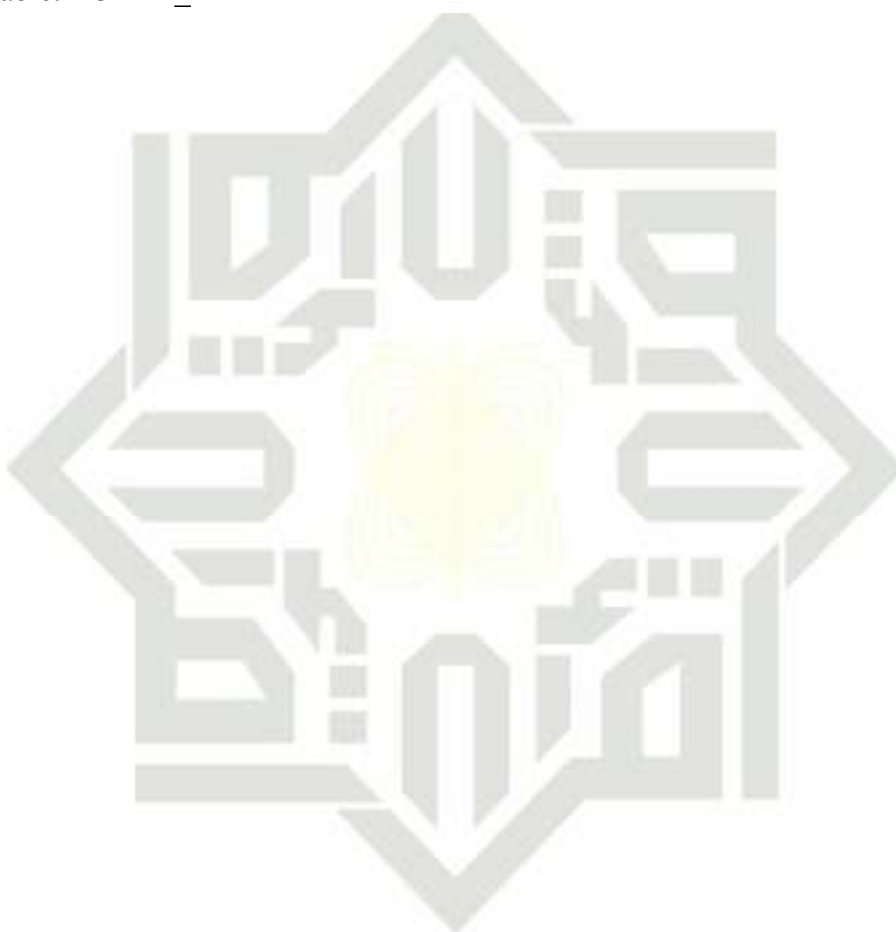
b. Dependent Variable: TOTAL\_PY

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 mengulangi kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jrhdang

JIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU





44	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	44	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	2	3	5	5	55
45	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	48	2	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	60
46	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	44	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	64
47	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	1	3	48	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	72
48	4	4	5	4	3	2	1	4	3	1	4	2	37	2	3	3	4	4	4	4	2	5	3	4	2	1	1	5	47
49	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	42	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	50
50	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	5	4	42	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	5	4	5	50
51	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	53	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	69
52	4	2	2	3	5	3	4	5	4	4	4	5	45	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4	64
53	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	65
54	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	52	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	62
55	4	3	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	48	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	65
56	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	62
57	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	47	4	4	4	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	66
58	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	55	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	70
59	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	52	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	67
60	3	2	3	2	4	4	2	3	4	3	4	3	37	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	59
61	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	49	3	5	4	4	4	3	4	5	3	5	5	5	4	5	5	64
62	4	3	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	50	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	66
63	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	50	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	67
64	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	53	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	66
65	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	55	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69
66	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	53	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	2	2	61
67	3	3	4	5	3	2	4	4	4	2	4	4	42	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	64
68	4	4	3	5	4	4	3	3	5	5	5	4	49	4	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	64

Hak cipta milik  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 a. Pengutipan hanya untuk  
 b. Pengutipan tidak merugikan  
 c. Dilarang mengumumkan

UIN Suska Riau  
 UIN Suska Riau  
 UIN Suska Riau

69	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	42	2	3	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	64
70	4	3	4	3	4	5	5	4	4	2	3	3	44	4	4	3	2	3	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	58
71	3	2	4	4	4	5	5	2	3	3	4	4	43	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	64
72	4	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	4	50	3	3	3	4	3	3	3	5	4	1	3	2	4	3	5	49
73	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	59
74	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	59
75	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	40	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	2	5	5	5	60
76	4	5	2	2	2	5	3	3	2	3	2	5	38	2	2	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	61
77	5	4	3	1	2	1	2	4	4	3	2	2	33	2	3	4	4	4	4	5	5	2	4	5	5	4	4	5	60
78	5	4	2	3	5	3	4	4	2	3	4	2	41	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	62
79	4	3	3	5	5	5	4	4	2	4	4	5	48	4	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	66
80	4	4	3	4	2	3	2	3	3	5	4	5	42	2	1	1	4	4	5	5	3	2	3	4	5	5	5	5	54
81	4	5	3	3	3	4	4	5	4	2	2	3	42	4	5	4	4	5	4	5	3	4	1	2	2	5	5	4	57
82	4	5	5	3	4	5	4	2	4	4	4	4	48	1	2	2	5	5	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4	56
83	2	3	2	3	4	3	3	4	2	4	5	5	40	4	5	2	5	3	5	4	3	2	4	3	3	4	5	5	57
84	3	5	5	4	1	2	4	3	2	3	3	4	39	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
85	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	54	1	2	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	62

Hak cipta milik  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-  
 Dilarang mengutip sebag  
 a. Pengutipan hanya unti  
 b. Pengutipan tidak meru  
 . Dilarang mengumumkan

ate Islamic University of Sultan Sya  
 menyebutkan sumber:  
 , penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan  
 am bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DOKUMETASI

Tabby Annas Store



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 tjiwaan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak menginkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**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 tjiwaan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak menginkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan mempernyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pengisian Angket Oleh Responden





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tjiwaan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak menginkan 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

## Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soekarno No. 157 KM 19 Simpang Baru, Pekanbaru Pekanbaru 28223  
Po. Box 2004 Taja, (0762) 502945 Fax. (0762) 502072  
www.jurnalhukumislam.com email: [admin@jurnalhukumislam.com](mailto:admin@jurnalhukumislam.com)  
HP. 081275258167 – 085211521669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : LESI LEVISA

NIM : 11625201819

Program Studi: EKONOMI SYARIAH

Judul : *Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Area Store Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam*

Pembimbing : Nurhasanah Bustam, SE, MM

Nama tersebut diatas telah menyekutikan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekantian, 12 Juni 2020

Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MII., CPL  
NIP. 196804302019051010

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



UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كآبة الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebranta No.157 Km. 17 Tegalrejo Pekanbaru - Pekanbaru 28115 Riau / Fax: 751-33863  
Web: www.fad.unsika.ac.id Email: fak@un-sika.ac.id

Nomor : Un.14/F.1/01/1902/2020  
Isi : Pengantar  
Lama : -  
Tgl : *Pembimbing Skripsi*

Pekabara, 17 Februari 2020

Kepada

Yth. Na. Hasrah, S.E., MM

Dosen Fakultas Syariah dan Hukum

UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Pekabara

*Assalamu alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh*

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi:

Nama : ALFI LINDA

NIM : 311625201879

Jurusan : Ekonomi Syariah

Kepada Saudara diharapkan membimbing melalui dan materi skripsi. Sebagai balasan kami kirimkan proposal penelitian dengan di dengat judul: "Pengaruh Dampak Produk Perdana Mula Beli Kewajiban Pada Arnas Sare Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam". Demikian diantarkan, terima kasih,



Lampiran  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

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 mengikatkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang menggunakan dan mempromosikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كافة الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 156 KM 11,5 Pekanbaru - Pekanbaru 24263 P.O. Box 1001 Telpon / Fax: 077-661-56336  
Web: www.bahulu.uin-suska.ac.id Email: bahulu@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.041/F.1000.9/781/2020  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : Mohon Izin Riset

Pekanbaru, 05 Februari 2020

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

Assalamu alaiha warrahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum  
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : LESI LEVISA  
NIM : 111625201819  
Jurusan : Ekonomi Syariah SI  
Semester : VIII (Delapan)  
Lokasi : Ainas Store - Jl. H. R. Soebrantas Komplek Metropolitan City Kota  
Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ainas Store Pekanbaru  
Menurut Ekaseni Islam

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

Demikian disampaikan, terima kasih.

Ketua, Rektor  
Dekan  
Dr. Dedy H. Harun, M.Ag  
NIP. 195580712 198603 1 003

Lampusan:  
Rektor UIN Suska Riau

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.

## SURAT KETERANGAN

Nomor : Un/047/PP/01.1/428/2020

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : LESI LEVISA  
N.I.M : 11625201819  
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah lulus :

## UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : 31 DESEMBER 2019

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 15 Januari 2020

Dekan



Dk. Mrs. H. Hajar, M.Ag  
NIP. 198807121986031003

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 tujauan sosial masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan mempromosikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soesastro No. 129 KM. 12 Tegalayahi Tampan - Pekanbaru 28293 Riau, Indonesia  
Telp / Fax: 0762 262002  
Web: www.uin-suska.ac.id Email: info@uin-suska.ac.id

**BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN**

1. NAMA	: Lusi Iwissa
2. NOMOR MAHASISWA	: 11625201819
3. JUDUL USUL PENELITIAN	: Pengaruh display produk terhadap minat beli konsumen pada toko sepatu nasal kecamatan tangga kota pekanbaru menurut ekonomi islam
4. Hari/Tgl. Diseminaskan	: Rabu / 27 November 2019
5. Hasil Seminar dirumuskan adalah	
a. Judul	: Jelas / Dibolak / Disempurnakan
b. Latar Belakang Masalah	: Jelas/Masih-Kabur/Perlu Perbaikan
c. Permasalahannya	: Jelas / Masih kabur—Dirumuskan kembali—agar menjadi jelas
d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	: Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan
e. Kerangka Teoritis (jika ada)	: Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan
f. Rumusan Hipotesis (jika ada)	: Cukup Tajam / Perlu Diperjelas
g. Metode Penelitian	: Jelas / Masih kabur / Perlu Perbaikan
h. Daftar Pustaka	: Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Budi Azwar, S.H., M.H.

Catatan:  
Perubahan Judul dalam Seminar  
Dikonsultasikan dengan WDI

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 trijauan suatu masalah,
  - b. Pengutipan tidak mengikinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan mempromosikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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.H. Sechanas No. 123 KM. 15 Simpang Dua Pekahe Pekanbaru 28299 PO. Box. 999 Jeng. 0561 041650  
Fax: 0761-582252 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 *Display* Produk Terhadap Minat Beli Konsumen  
Pula Annas Sowe Pekanbaru Menuai Ekonomi Islam, ditulis oleh sudenti:

Nama	: Lest Lexisa
NIM	: 11625201819
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada	
Hari / Tanggal	: Rabu, 27 November 2019
Narasumber	: Budi Azwar, SE, M.Sc.

Telah diperbaiki sesuai dengan surat nasasumber seminar proposal mahasiswa  
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,

Kepala Bagian Tata Usaha  
Fakultas Syariah dan Hukum

Pekanbaru, 16 Desember 2019  
Narasumber

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

  
Budi Azwar, SE, M.Sc.  
NIP. 19800104 200801 1 005

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 mengikinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan mempromosikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 mengizinkan 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.

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nasul

Jabatan : Pemilik Toko

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Lesi Levisa

Nim : 11623201819

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah selesai melakukan penelitian di toko sepatu Annas Store, terhutang mulai tanggal 10 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 11 Maret 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Annas Store Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 11 Maret 2020

Pemilik Toko



(Nasul)



## PEMERINTAH PROVINSI RIAU

### DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lanting Kuning Lama I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 48C Tebing Tinggi 20131 Pekanbaru  
Email : dpmptsp@riau.go.id

## REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/INON/IZIN-RISET/00507  
TENTANG



1.04.02.01

### 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 Pemohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/FJAPP.00.9/751/2020 Tanggal 5 Februari 2020, dengan ini memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Nama	: LESLI LEVISA
2. NIM / KTP	: 11920201819
3. Program Studi	: EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang	: S1
5. Alamat	: PEKANBARU
6. Judul Penelitian	: PENGARUH DISPLAY PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ANNAS STORE PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM
7. Lokasi Penelitian	: ANNAS STORE PEKANBARU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Durasi pelaksanaan kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dibatasi paling banyak 5 (lima) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kapada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Dengan rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sekenanya.

Dibuat di Pekanbaru  
pada Tanggal : 5 Februari 2020



Disampaikan Secara Elektronik Melalui  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PEKANBARU

#### Tambahan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pemilik Annas Store Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengemukakan dan mempertahankan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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



Hak  
 Undang-  
 Undang

### RIWAYAT PENULIS

Tasi Levisa, lahir di Perawang pada tanggal 18 Oktober 1997, anak dari pasangan bapak Jasrimadi dan ibu Elmiaji. Penulis merupakan anak ke-2 dari 3 bersaudara.

Penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar (SD) swasta YPPI Tualang, dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta YPPI Tualang pada tahun 2010 dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Tualang dan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur UMPTKUN dan diterima menjadi mahasiswi pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum. Pada tanggal 17 Juli – 31 Agustus 2018 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Bank Riau Kepri Syariah Capem Panam Pekanbaru dan ditempatkan dibagian Marketing. Pada bulan Juli sampai Agustus 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sungai Rambai, Kecamatan Logas Tanah Darat, Kabupaten Kuantan Singingi.

Akhirnya tepat pada hari Selasa, 19 Mei 2020 penulis di Munaqasyahkan dalam sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau secara Online dan dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).

### UIN SUSKA RIAU MOTTO

*"Semua Perjuangan Itu Sulit, Tidak Ada Yang Mudah. Oleh Karenanya, Semakin Besar Suatu Perjuangan Maka Semakin Besar Pula Hukiah Yang Allah Berikan. Dan Jangan Pernah Takut Berkorban Dalam Berjuang, Karena Perjuangan Barulah Pengorbanan"*