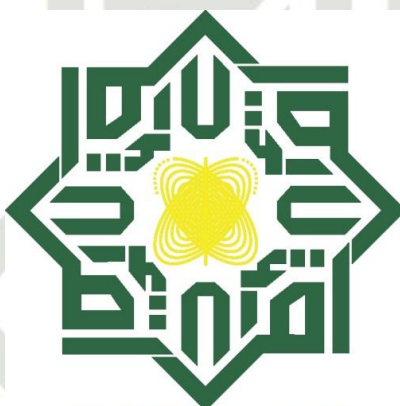




UIN SUSKA RIAU

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI VANNESS  
CELL PONSEL JALAN SOEKARNO HATTA  
DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**



**UIN SUSKA RIAU**

Oleh

**LIA LESTARI  
11625204268**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU-PEKANBARU**

**1441 H/2020 M**

- Hak Cipta milik 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.



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



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI VANNESS  
CELL PONSEL JALAN SOEKARNO HATTA  
DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)*



UIN SUSKA RIAU

Oleh

**LIA LESTARI**  
**11625204268**

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU  
1441 H/2020 M**



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

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul ***“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI VANNESS CELL PONSEL JALAN SOEKARNO HATTA DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH ”*** yang ditulis oleh:

Nama : Lia Lestari  
Nim : 11625204268  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah  
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 08 Juni 2020

Pembimbing Skripsi

**Dr. Jenita, SE., MM**  
NIP. 19650126 201411 2 001

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

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul, **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau Dari Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh :

Nama : Lia Lestari  
NIM : 11625204268  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 30 Juni 2020  
Waktu : 13.00 WIB

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

Pekanbaru, 08 Juli 2020

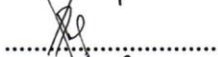
### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**

Sekretaris  
**Basir. S.HL.,MH**

Penguji I  
**Kamiruddin, M.Ag**

Penguji II  
**Dr. Junaidi Lubi, M.Ag**



Mengetahui :  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**  
NIP. 19580712 196803 1 005

## ABSTRAK

### **Lestari, (2020) : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau Dari Ekonomi Syariah**

Peneliti tertarik meneliti masalah ini karena berdasarkan teori semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, pada kenyataannya konsumen yang melakukan pembelian di Vanness Cell Ponsel itu masih sedikit. Dan berdasarkan teori harga semakin murah harga yang di tawarkan suatu perusahaan makan akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian di perusahaan tersebut, pada kenyataannya juga sama, masih sedikit konsumen yang melakukan pembelian smartphone di Vanness Cell Ponsel tersebut.

Dalam teori dikatakan bahwa kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vanness Cell ponsel dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vanness Cell ponsel.

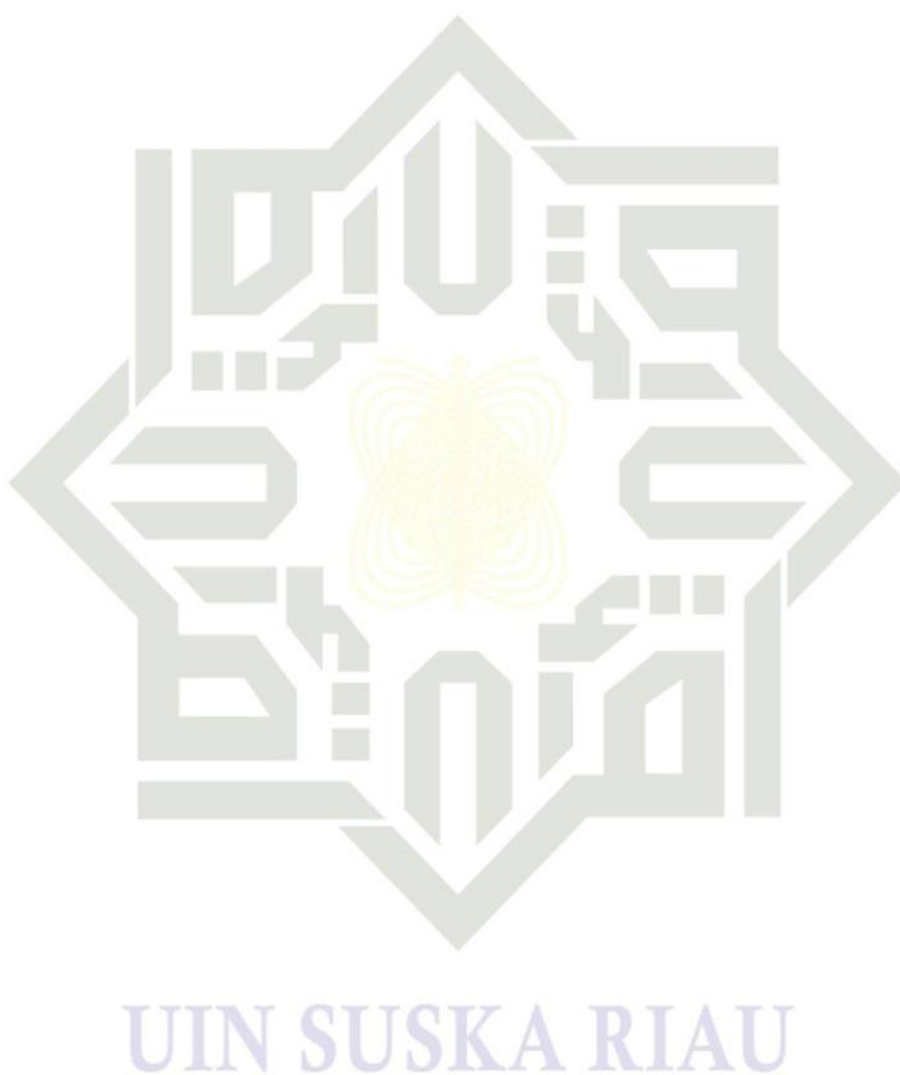
Populasi didalam penelitian ini berjumlah 131 orang dengan sampel 57 orang konsumen di Vanness Cell Ponsel. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan metode pengambilan sampel *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, serta studi pustaka. Analisis data yaitu deskriptif dan kuantitatif, berdasarkan hasil penelitian dan analisa data dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian menunjukkan pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan dengan persamaan regresi  $Y = 28.339 + 0,562 (X_1) - 0,124(X_2)$  ditunjukkan dengan uji t bahwa t hitung kualitas produk = 2,804 > 2,002,  $H_a$  di terima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone di Vanness Cell ponsel. dan t hitung Harga = -0,689 < 2,002  $H_a$  tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone di Vanness Cell Ponsel. Selain itu dapat dilihat dari uji F dengan nilai sig = 0,025 < dari nilai F value = 0,05 maka terdapat pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terkait (Y) atau hipotesis diterima. Serta dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi model adalah 0,128 atau 12,8%. Artinya adalah terdapat pengaruh variabel independen (Pengaruh kualitas produk dan harga) terhadap naik turunnya variabel dependen (Keputusan Pembelian) adalah sebesar 12,8% dan sisanya 87,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak penulis teliti didalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Antara Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tinjauan ekonomi syariah dalam pengaruh kualitas produk dan harga, untuk menetapkan suatu harga maka penetapan harga dalam Islam itu boleh tetapi tidak boleh ada unsur mamaksa dan kecurangan dalam

menetapkan harga. Untuk menetapkan suatu harga dalam produk penjual juga harus melihat dari sisi kualitas dari suatu produk itu. Penjual harus menetapkan harga dengan adil dan tidak boleh menaikkan harga pada saat barang yang dibutuhkan mengalami kelangkaan.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian**

hak cipta dimiliki 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.



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

## KATA PENGANTAR



Segala puji syukur hanya kepada Allah SWT, dengan rahmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam tidak lupa di sampaikan pada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kehinauan dan kejahiliaan kepada alam yang penuh dengan rahmat dan kebaikan yaitu Islam Rahmatan Lil'alamin sampai kepada kita saat sekarang ini.

Penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau Dari Ekonomi Syariah”** dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Hukum di UIN SUSKA RIAU.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dukungan dan doa' dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu melalui karya ilmiah ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada :

1. Ayahanda Surono dan Ibunda ALMH Murni yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu memberikan kasih sayang hingga sampai hari ini.
2. Mamak Amai Hasan Basri dan Inur, Umi Apak Harodiah dan Azhari Amien, Kakak Sepupu Desmawati dan Hambali, Abang Sepupu Anton

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

- ©Purnama dan Susanti, Abang Sepupu Paki dan Mai, dan juga yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya baik berupa suport, nasehat, dan juga biaya untuk menyelesaikan kuliah saya.
3. Hedi Suwanda sebagai pacar yang mesuport dari segala hal, semangat, dana kuliah, uang jajan, dan undah menemani penulis hingga saat ini.
  4. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, M. Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau – Pekanbaru.
  5. Yang terhormat Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau – Pekanbaru.
  6. Bapak Dr. Heri Sunandar, M.Cl selaku Wakil Dekan I dan, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Maghfira, M.A selaku wakil Dekan III.
  7. Bapak Syahpawi,S.Ag, M.Sh dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak. Selaku Ketua, dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
  8. Ibu Nurnasrina, SE, M.Si Sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
  9. Ibu Dr. Jenita. SE., MM sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
  10. Terimakasih kepada Koko Erik selaku Owner Cell Ponsel yang telah memberikan data dan informasi serta telah meluangkan waktunya dalam pengumpulan data selama penulisan skripsi.



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

11) Terimakasih kepada M. Irfan Syaputra dan Wulan Setiyani teman angkatan di SMA Negeri 2 Siak Hulu.

12) Terimakasih kepada teman-teman EID terutama Atikah Marzukoh, Aynaya Alfatiha, Dahayu, Dwi Ovi, Ety Yulianti, Jeni Mailia, Novita Sari, dan Sarah Hazari yang telah memberi dorongan agar saya tetap kuat menghadapi segala masalah yang saya hadapi.

Semoga segala kebaikan dan kerja sama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT, dan senantiasa mendapat rahma dan hidayahNya.

Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampun penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, kepada Allah SWT penulis menyerahkan diri dan memohon pertolongan.

Pekanbaru, 14 Maret 2020  
Penulis,

**LIA LESTARI**  
**NIM. 11625204268**

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tinjauan Dan Kegunaan Penelitian .....	11
1. Tujuan Penelitian .....	11
2. Kegunaan Penelitian .....	11
3. Kerangka Pikiran .....	11
4. Hipotesis .....	14
5. Metode Penelitian .....	14
6. Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II GAMBARAN UMUM VANNESS CELL PONSEL</b>	
A. Sejarah Vanness Cell Ponsel .....	26
B. Visi Dan Misi .....	27
C. Struktur Organisasi .....	27
D. Aktivitas Vanness Cell Ponsel .....	32
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	
A. Kualitas Produk .....	34
1. Pengertian Kualitas Produk .....	34
2. Tingkatan Produk .....	35
3. Klasifikasi Produk .....	36
4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
5. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam .....	38

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

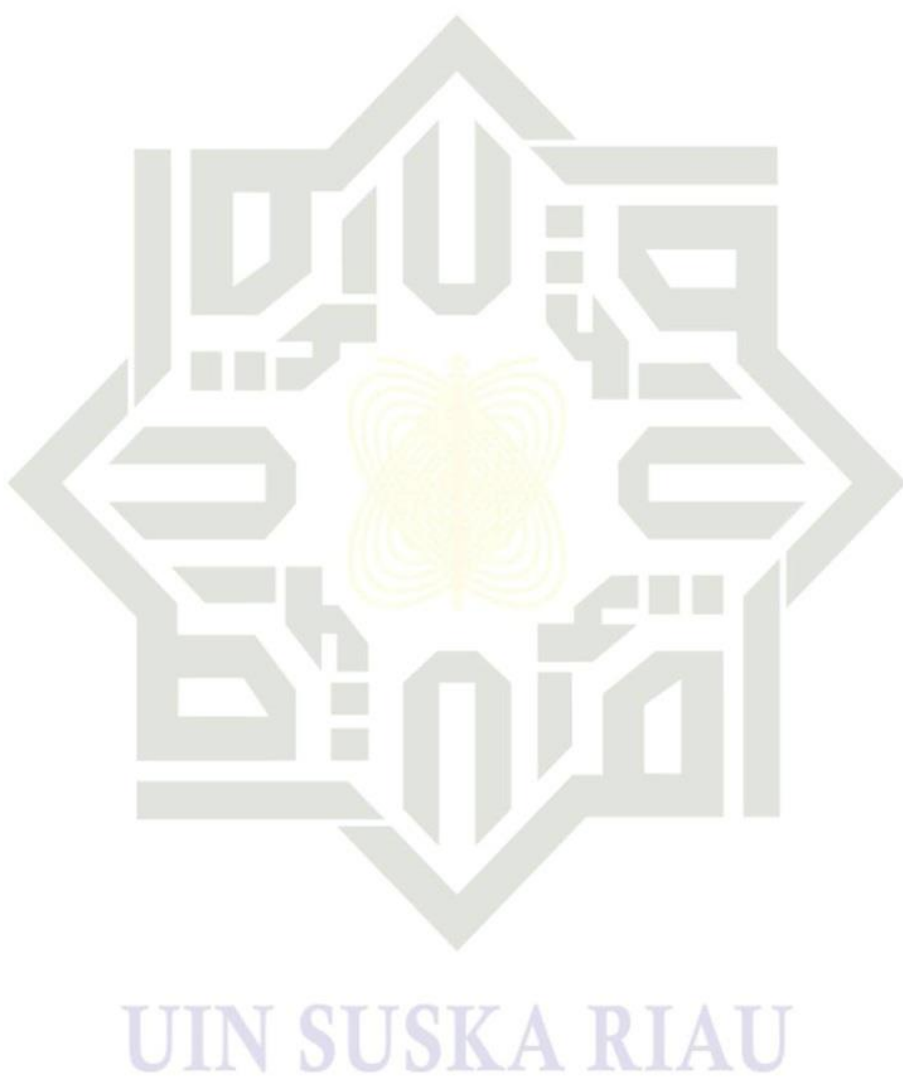
©B. Harga .....	43
1. Pengertian Harga .....	43
2. Harga Sebagai Atribut .....	44
3. Strategi Penetapan Harga .....	47
4. Pengaruh Harga Dalam Keputusan Pembelian .....	49
5. Harga Dalam Pandangan Islam .....	50
C. Keputusan Pembelian .....	55
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	55
2. Faktor-Faktor Utama Mempengaruhi Keputusan Konsumen .....	56
3. Pengetahuan Konsumen .....	60
4. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam .....	61
D. Hubungan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	62
1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	62
2. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta .....	68
B. Karakteristik Responden .....	68
C. Deskriptif Variable .....	69
D. Analisis Variable Penelitian .....	71
E. Uji Instrumen Penelitian .....	79
F. Uji Asumsi Klasik .....	82
G. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	86
H. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pengaruh Kualitas Produk dan Harga di Vanness Call Ponsel .....	90

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Hak Cipta Milik UIN Suska Riau**
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**
- BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



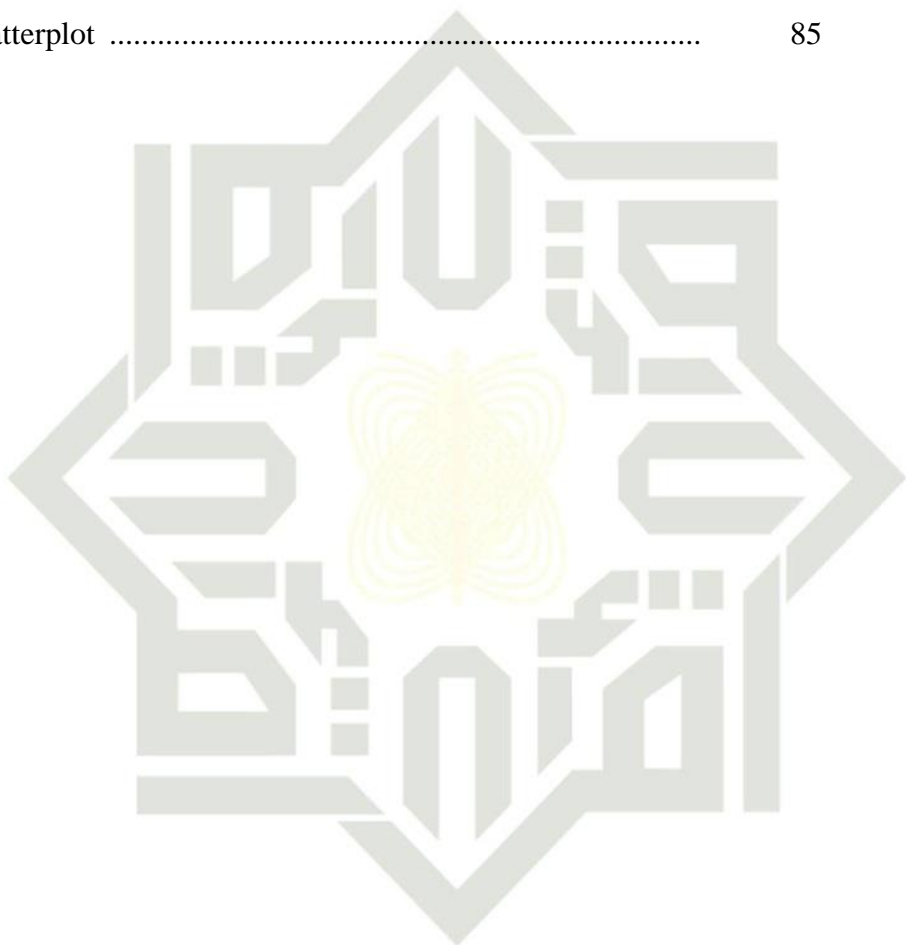
## DAFTAR TABEL

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

Tabel 1.1	Daftar Harga Smartphone Di Vanness Cell Ponsel .....	6
Tabel 1.2	Dartar Harga Smartphone Di Top 100 Celluler .....	7
Tabel 1.3	Tabel Penjualan Pertahun Vanness Cell Ponsel .....	8
Tabel 1.4	Data Konsumen Pembelian Smartphone Vanness Cell Ponsel .....	8
Tabel 1.5	Operasional Variable .....	13
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2	Karakter Responden Berdasarkan Umur .....	69
Tabel 4.3	Statistics .....	70
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variable Pengaruh Kualitas Produk .....	71
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variable Harga .....	73
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variable Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variable X1 Pengaruh Kualitas Produk .....	80
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variable X2 Harga .....	80
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variable Y Keputusan Pembelian .....	81
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas .....	84
Tabel 4.12	Hasil Uji Autokorelasi .....	86
Tabel 4.13	Hasil Uji Linear Berganda .....	86
Tabel 4.14	Hasil Uji T .....	88
Tabel 4.15	Hasil Uji F .....	88
Tabel 4.16	Koefisien Determinan .....	89

## DAFTAR GAMBAR

<p><b>Hak Cipta Milik UIN Suska Riau</b></p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian ..... 12</p> <p>Gambar 2.1 Struktur Organisasi Vanness Cell Ponsel ..... 29</p> <p>Gambar 4.1 Hostogram ..... 82</p> <p>Gambar 4.2 Normal P-Plot ..... 83</p> <p>Gambar 4.3 Scatterplot ..... 85</p>
---	--



UIN SUSKA RIAU

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

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Bisnis ponsel, telepon genggam atau HP semakin berjamur. Hal ini wajar karena penggunaannya pun semakin bertambah. Hampir disetiap lapisan masyarakat membutuhkan perangkat yang kini bukan lagi gaya hidup, tetapi telah menjadi kebutuhan. Hasil survei kompar terbaru di Yogyakarta menunjukkan 74,05% masyarakat sudah menganggap ponsel sebagai kebutuhan, 19,05% sebagai gaya hidup, dan masing-masing hanya 3,40% yang mengaku tidak mempunyai dan tidak mengetahui penggunaan “benda ajaib” itu.<sup>1</sup>

Bahkan dengan majunya ilmu teknologi pada saat ini smartphone tidak hanya dapat digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat, namun dapat digunakan untuk chatting, membuka e-mail, ataupun komunikasi lainnya melalui internet. Dengan bentuknya yang kecil, mudah dibawa dan memiliki aplikasi yang lengkap maka smartphone merupakan salah satu pilihan yang tepat. Pada saat ini permintaan masyarakat terhadap smartphone merupakan salah satu pilihan yang tepat. Pada saat ini permintaan smartphone semakin meningkat, hal ini merupakan peluang bagi produsen smartphone untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan smartphone yang dihasilkannya. Salah satu produsen smartphone yang disegani saat ini adalah Samsung.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Was’I Abbas, *Kiat Sukses Binis Ponsel*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005), hlm. 1

<sup>2</sup> Vernando, Skripsi, “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*”, (Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2018), hlm. 1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Meskipun strategi merek merupakan aspek utama dari penawaran produk, ada lain lagi, dan manajer harus siap untuk membuat pilihan diantaranya, berdasarkan sifat “bernilainya” dari berbagai fitur tersebut. Analisis conjoint dapat membantu mengidentifikasi penilaian konsumen atas atribut yang spesifikasi dari produk. Teknik ini semakin sering digunakan untuk meningkatkan dan membantu pemasar mengevaluasi dan mensegmentasi pasar yang baru atau yang cepat tumbuh.<sup>3</sup>

Menurut Juran, kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaannya lama, produk yang digunakan akan meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, produk yang tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (*Quality assurance*) dan sesuai etika bila digunakan.

Sedangkan harga menurut Philip Kotler adalah sejumlah uang yang dibedakan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang di tukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.<sup>4</sup>

Ibnu Taimiyah mengenai ketentuan harga ada dua hal yang sering di bahasnya, yaitu kompensasi yang setara atau adil (*iwadal-mitsl*) dan harga yang setara atau adil (*thaman al mitsl*), komposisi yang adil adalah penggantian sepadan yang merupakan nilai harga yang setara di ukur dan di takir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, disinilah

<sup>3</sup>Paul W. Farris dkk, *Metrik Pemasaran* (Indonesia: PT Indeks, 2008), hlm.114

<sup>4</sup>Susanto Herlambang, *Basic Marketing: Dasar-Dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), hlm. 47



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

esensi keadilan. Harga yang adil adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang-barang yang dijual itu atau pun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.<sup>5</sup>

Keputusan pembelian (*purchase decision*) adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli, namun keputusan pembelian adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya (*actual purchase*). Ketika konsumen memilih untuk memilih sesuatu merek, ia masih harus melaksanakan keputusan dan melakukan pembelian yang sebenarnya. Keputusan tambahan diperlukan dalam hal: kapan membeli, di mana membeli, serta berapa banyak uang yang harus dikeluarkan. Sering kali, terdapat penundaan antara keputusan pembelian dengan pembelian sebenarnya, khususnya terhadap pembelian yang kompleks dan memerlukan keterlibatan tinggi seperti pembelian mobil, computer,serta produk konsumsi jangka panjang (*consumer durable*).<sup>6</sup>

Dalam hal ekonomi, sebagian juga bidang-bidang ilmu lainnya yang tidak luput dari kajian islam, bertujuan menuntun agar manusia berada di jalan yang lurus. Disamping itu, merupakan anjuran yang memiliki dimensi ibadah.

Patut kita akui, bidang riset konsumen Muslim termasuk di antara beberapa bidang riset yang jarang disentuh peneliti masa kini. Sebetulnya, banyak hal menarik yang dapat ditemukan pada perilaku konsumen

<sup>5</sup>Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), Cet 1, hlm. 229

<sup>6</sup>Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.

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

Muslim. Bidang riset konsumen Muslim dapat dikembangkan sebagai perluasan dua jangkar kegiatan ekonomi, yakni pertama pasar dan pemasaran dan kedua pembangunan ekonomi. Yang pertama berkaitan dengan perbaikan kebijakan manajerial dan yang kedua berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat miskin.<sup>7</sup>

Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang telah di syariatkan dalam arti telah ada hukumnya jelas dalam islamn adapun hukumnya yaitu boleh atau mubah. Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhannya sendiri, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.<sup>8</sup> Adapun landasan yang kuat dalam Al-Quran dan sunnah Rasulullah Saw terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (al-Baqarah 275)

Penghargaan ajaran Islam terdapat mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilaksanakan secara baik atas dasar suka sama suka. Dalam Al-Quran dinyatakan bahwa orang beriman dilarang memakan harta sesama manusia dengan cara yang batil kecuali dengan cara perdagangan atas dasar suka sama suka.<sup>9</sup> Seperti firman Allah dalam Al-quran:

<sup>7</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perpektif ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 23

<sup>8</sup>Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 75

<sup>9</sup>Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm. 162

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu, Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (an-Nisa' ayat 29)*<sup>10</sup>

Ayat tersebut sangat relevan untuk dipedomani dalam kegiatan *marketing* karena merupakan bagian terpenting dari mesin perusahaan. Ayat tersebut menganjurkan agar dalam kegiatan jual-beli hendaknya dilakukan dengan jalan yang baik. Jalan yang baik tersebut hendaknya menghindari aspek rekayasa dan aspek pekulasi. Aspek rekayasa yaitu agar perusahaan tidak memproduksi produk yang didalamnya terdapat unsur penipuan yang dapat merugikan konsumen dan aspek pekulasi agar produk yang di produksi tidak meniru produk pesaing. Perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka yaitu hendaknya produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen serta tidak terdapat unsur pemaksaan.

Vanness Cell adalah salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang reparasi handphone. Usaha ini berdiri sejak tahun 2011 oleh Bapak Ayang selaku pendiri dan pemilik dan Bapak Erik selaku owner toko. Awal berdirinya ponsel tersebut dengan fasilitas, sarana, dan prasarana seadanya. Cabang pertama Vanness Cell Ponsel itu pertama kali di didirikan di Kubu,

<sup>10</sup>Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Pt Sygma Examedia Arkanlema, (1990), hlm. 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

lalu mendirikan cabang lagi di Bagan, selanjutnya mendirikan cabang lagi di Pekanbaru Marpoyan, dan yang terakhir di Arengka tempat peneliti melakukan penelitian dan juga tidak jauh dari beberapa meter dari tempat penelitian Vanness Cell membuka cabang baru yang sangat besar terdiri dari 3 ruko. Kehadiran ponsel ini di sambut antusias oleh konsumen yang ingin membeli kartu paket data, handphone, dan aksesoris handphone ataupun hanya ingin melihat-lihat tipe hp yang ada di Vanness Cell tersebut.<sup>11</sup>

Berikut ini adalah table harga smartphone beserta tipe smartphone di Vanness Cell Ponsel.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Harga Smartphone**  
**Di Vanness Cell Ponsel**

SAMSUNG		OPPO		VIVO		REALME	
TIPE	HARGA	TIPE	Harga	TIPE	HARGA	TIPE	HARGA
Galaxy A 10s	Rp. 1.899.000	A9	Rp. 3.999.000	V17pro	Rp. 5.699.000	5pro	Rp. 2.999.000
Galaxy A 20s	Rp. 2.099.000	F11pro	Rp. 4.599.000	S1	Rp. 2.999.000	5	Rp. 2.199.000
Galaxy A 30s	Rp. 2.999.000	A5s	Rp. 1.999.000	Y17	Rp. 2.799.000	3	Rp. 1.499.000
Galaxy A 50s	Rp. 3.399.000	A5	Rp. 2.999.000	Y12	Rp. 1.999.000	C2	Rp. 1.399.000
.	.	F11	Rp. 3.699.000	V15	Rp. 3.499.000	.	.
.	.	A1 k	Rp. 1.699.000	Y15	Rp. 2.499.000	.	.
.	.	.	.	Y91C	Rp. 1.499.000	.	.

Sumber: Vanness Cell Ponsel

Data di atas adalah daftar harga yang ditawarkan oleh Vanness Cell Ponsel beserta tipe smartphone yang tersedia di Vanness Cell Ponsel. Dari data di atas dapat dibandingkan dengan ponsel yang ada di sebelah Vanness Cell yaitu ponsel TOP 100 Celluler yang berjarak tidak jauh dari Vanness Cell Ponsel hanya sekitar 100m dari lokasi penelitian. Tidak jauh berbeda di TOPP 100 Celluler juga memiliki tipe dan merek smartphone yang sama dengan

<sup>11</sup> Erik, Owner Ponsel Vanness Cell, Wawancara, Pekanbaru, 10 November 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Vanness Cell Ponsel, hanya saja di produk Samsung TOP 100 Celluler lebih bervariasi dari pada di Vanness Cell Ponsel. Dan selain itu TOP 100 Celluler juga menjual berbagai hp kecil yang digunakan untuk nelpon dan sms saja.

Untuk membedakan harga dari kedua toko tersebut berikut daftar harga di TOP 100 Celluler.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Harga Smartphone Di Top 100 Celluler**

SAMSUNG		OPPO		VIVO		REALME	
TIPE	HARGA	TIPE	Harga	TIPE	HARGA	TIPE	HARGA
Galaxy A 10s	Rp. 1.899.000	A9	Rp. 3.999.000	V17 Pro	Rp. 5.699.000	5pro	Rp. 2.999.000
Galaxy A 20s	Rp. 2.099.000	A5 4/128gb	Rp. 2.999.000	S1	Rp. 2.999.000	5	Rp. 2.199.000
Galaxy A 30s	Rp. 2.999.000	A5 3/64gb	Rp. 2.399.000	Y17	Rp. 2.799.000	C2 3/32 gb	Rp. 1.599.000
Galaxy A 50s	Rp. 3.399.000	A5 s	Rp. 1.899.000	Y12	Rp. 1.999.000	C2 2/32 gb	Rp. 1.399.000
Galaxy A70	Rp. 5.799.000	A1 k	Rp. 1.699.000	V15	Rp. 3.499.000	.	.
Galaxy S10E	Rp. 10.499.000	.	.	Y15	Rp. 2.499.000	.	.
Galaxy S10	Rp. 12.999.000	.	.	Y91C	Rp. 1.499.000	.	.

Sumber: top 100 Celluler

Dari perbandingan ke dua table harga di atas tidak ada perbedaan harga dari berbagai tipe smartphone yang tersedia di Vanness atau pun di TOP 100, karena menurut Erik selaku owner Vanness Cell ponsel sales, yang terdapat di TOP 100 dan di Vanness Cell ponsel ini dari satu brend yang sama. Maka karena itu lah tidak terjadi perbedaan harga di kedua toko tersebut. Jika pun ada perbedaan harga itu tidak akan tinggi perbedaannya di antara kedua ponsel tersebut.<sup>12</sup>

Berdasarkan pengamatan penelitian di Vanness Cell terdapat berbagai jenis merek handphone, aksesoris handphone, kartu perdana, dan services. Dimana terdapat permasalahan yang ingin di telitih oleh peneliti tentang keputusan pembelian terhadap smartphone. Berikut data penjualan tahunan di Vanness Cell Ponsel.

<sup>12</sup> Observasi, Vanness Cell Ponsel, Pekanbaru, 13-11-2019

**Table 1.3**  
**Table Penjualan Pertahun Vanness Cell Ponsel**

Tahun	Bulan											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
2017	9	7	5	4	7	9	4	11	5	4	10	12
2018	10	8	6	9	6	7	8	7	7	11	10	13
2019	10	10	11	13	10	10	12	11	10	10	13	11

Sumber: Vanness Cell Ponsel

Dari data tabel di atas dapat dilihat bahwa dari tahun 2017-2019 terjadi peningkatan dan penurunan penjualan smartphone di setiap bulannya di Vanness Cell Ponsel. Hal ini terjadi akibat target jual perbulannya yang dapat tercapai di setiap bulannya dan tidak tercapai di setiap bulannya oleh sales dari berbagai masing brand smartphone yang ada di Vanness Cell Ponsel. Selain itu jumlah peningkatan terjadi di tahun 2019 diakibatkan karena Vanness Cell Ponsel membuka cabang baru yang tidak jauh dari tempat peneliti meneliti, sekitar 1km dari jarak tempat peneliti. Hal ini di akibatkan jumlah penjualan meningkat di tahun 2019 karena ada promo buy 1 free 1 di setiap pembelian di Vanness Cell Ponsel.

**Tabel 1.4**  
**Data Konsumen Pembelian Smartphone**  
**Vanness Cell Ponsel**

Tahun	Konsumen
2017	87
2018	102
2019	131

Sumber: Vanness Cell Ponsel

Berdasarkan table diatas terlihat bahwa dari tahun 2017-2019 jumlah pembelian smartphone di Vanness Cell Ponsel meningkat, di tahun 2017 terdapat 87 konsumen, dan di tahun 2018 terdapat 102 konsumen yang membeli smartphone di Vanness Cell Ponsel dan di tahun 2019 terdapat 131 konsumen yang membeli smartphone di Vanness Cell Ponsel.



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

Saat peneliti mewawancarai seorang konsumen, mengapa ibu Yeni memilih smartphone dengan merek Vivo Y12? ibu Yeni menjawab “karena harganya yang terjangkau yaitu Rp. 1.999.000 dan bentuknya yang menarik seperti Iphone 10”. Selain itu peneliti menanyakan tentang spesifikasi handphone yang iya beli menurut pengetahuannya sendiri. ibu Yeni menjawab “selain harga nya terjangkau dan bentuknya yang seperti iphone 10, Vivo Y12 ini sudah di lengkapi dengan sidik jari, kameranya sudah AI Triple Rear Camera, Baterainya tahan yaitu 500mAh, juga terdapat 6,35 HD+ Ultra All Screen, dan kapasitas memorinya juga cukup untuk saya gunakan yaitu 32GB dan ramnya 3 gb”. Ujar ibu Yeni dalam wawancara (10-11-2019)<sup>13</sup>

Selain itu peneliti juga bertanya. Apa yang membedakan smartphopen Vivo dengan Samsung? Jika Vivo di dibandingkan dengan Samsung Vivo jauh lebih berbeda dengan Samsung dari harga saja Vivo sudah sangat jauh lebih terjangkau dari pada Samsung misalnya seperti Vivo Y 12 Harganya Rp. 1.999.000 spesipikasinya 2000 mAh baterai, 3GB ram, AI Triple rear camera, 6,35 HD =Ultra All Screen, dan memory 32GB, dengan harga 1.999.000 konsumen sudah mendapatkan produk dengan spesipikasi yang bagus. Sedangkan Samsung A20s kamera rear 13 mp = 8 mp front 8mp, processor octa-core 1,8GHz, sistem operasi os 9.0, display 6,5 LCD, berat 178g, dual sim 4000mAh baterai, dan 163,3x77,5x8.0 dimensi dengan harga Rp. 2.099.000 dan dari kedua perbandingan smartphone itu konsumen tetap ingin dengan pilihan sendiri.

<sup>13</sup> Yeni, *Konsumen Vanness Cell Ponsel*, Wawancara, Pekanbaru, 10-11-2019



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Berdasarkan teori semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian,<sup>14</sup> pada kenyataannya konsumen yang melakukan pembelian di Vanness Cell Ponsel itu masih sedikit. Dan berdasarkan teori harga semakin murah harga yang di tawarkan suatu perusahaan makan akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian di perusahaan tersebut, pada kenyataannya juga sama, masih sedikit konsumen yang melakukan pembelian smartphone di Vanness Cell Ponsel tersebut.

Berdasarkan dari fakta di atas, maka Vanness Cell Ponsel layak untuk dijadikan tempat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartpone Di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau Dari Ekonomi Syariah”**

## B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka sangat diperlukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Kualita Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone akan langsung di ponsel Vanness Cell Jalan Soekarno Hatta.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat membuat suatu pemusnan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta?

<sup>14</sup> Ditami Astrika Putri, Skripsi, *“Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Handpone Android Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”*, (Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan, 2017), hlm. 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vanness Cell ponsel Jalan Soekarno Hatta?

## Tinjauan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vanness Cell ponsel.
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vanness Cell ponsel.

### 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

- a. Sebagai acuan dan informasi masyarakat dalam mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone oleh konsumen di Vanness Cell ponsel.
- b. Sebagai pengaplikasian ilmu pengetahuan penulis dan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang di peroleh selama kuliah.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan S1 pada fakultas Syariah UIN Suska Riau dalam bidang ekonomi syariah.

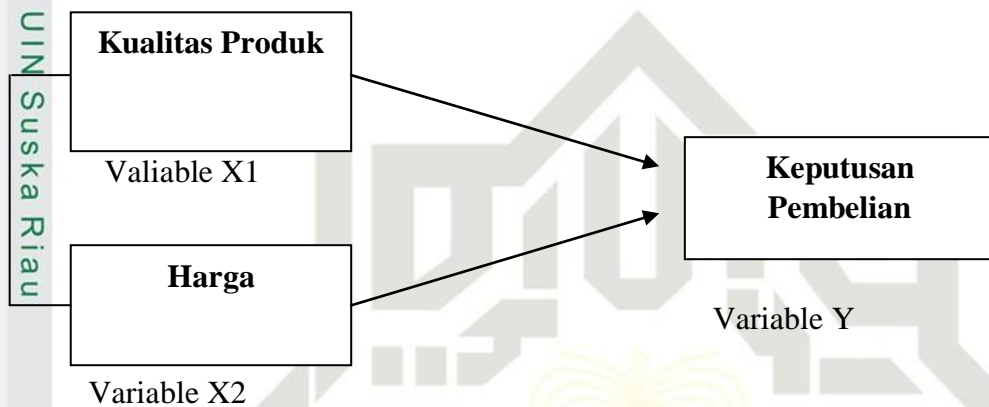
### 3. Kerangka Pikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi

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

sebagai masalah penting. Berdasarkan teori diatas maka dapat digambarkan kerangka pemikiran yang penul isinginkan, dapat dilihat pada gambar pola dibawah ini:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran Penelitian**



Sumber: *Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Sugiono,*

Kualitas produk merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi apa yang diharapkan konsumen. Jika perusahaan ingin berkembang, apa lagi harus meraih keuntungan, mereka tidak lagi punya pilihan selain mengadopsi konsep kualitas. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapannya.

Semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Harga dapat merupakan jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Keputusan penetapan harga mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan berapa banyak pendapatan yang diperoleh.



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

Harga yang diinginkan konsumen adalah harga yang bersaing dan terjangkau. Hal ini dapat dibuktikan oleh penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan Antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Hasil penelitian Abragam Mahendra Bagaskara (2014). Berdasarkan asumsi di atas dapat digambarkan sebuah kerangka penelitian seperti pada gambar 1.1.

**Tabel 1.5**  
**Operasional Variable**

No	Variable Penelitian	Indikator
1	Kualitas produk Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk ( <i>fitnessforuse</i> ) untuk memenuhi kebutuhan dan kecocokan penggunaan suatu produk adalah apa bila produk mempunyai daya tahan lama, produk yang digunakan akan meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, produk yang tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas ( <i>Qualityassurance</i> ) dan sesuai etikabiladigunakan.	a. Kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen. b. Kualitas bahan baku. c. Variasi produk.
2	Harga Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.	a. Konsumen memperhatikan rasio kualitas produk terhadap harga. b. Konsumen lebih berfokus pada pembayaran harga yang lebih murah c. Konsumen menanggapi tawaran pembelian yang melibatkan pengurangan harga sementara. d. Konsumen menggunakan harga sebagai indikator mutu.
3	Keputusan pembelian Individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.	a. Kemantapan pada sebuah produk b. Kebiasaan dalam memberikan rekomendasi kepada oranglain. c. Melakukan pembelian ulang.



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

#### 4. Hipotesis

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

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta.

#### 5. Metode Penelitian

##### a. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta. Adapun alasan penelitian memilih tempat ini karena kelengkapan data yang peneliti perlukan banyak terdapat di Vanness Cell Ponsel.

##### b. Subjek dan Objek

###### 1) Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik Vanness Cell Ponsel dan konsumen yang datang ke Vanness Cell Ponsel.

###### 2) Objek

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone yang di tinjau dari ekonomi syariah.

##### c. Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua nilai baik hasil pengukuran maupun perhitungan, baik kuantitatif maupun kualitatif dari pada karakteristik



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

tertentu mengenai sekelompok objek, yang lengkap dan jelas.<sup>15</sup> Sedangkan sampel adalah sebagian anggota populasi yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah himpunan bagian dari populasi. Sampel (disimbolkan dengan  $n$ ) selalu mempunyai ukuran yang sangat kecil atau sangat kecil dibandingkan dengan populasi.<sup>16</sup>

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pemilik Vanness Cell Ponsel yang berjumlah 1 orang dan konsumen yang membeli di Vanness Cell Ponsel yang berjumlah 131 orang.

Untuk menentukan ukuran sampel, penulis menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$ = Ukuran Sample

$N$ = Besar Populasi

$e$ = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan (10%). Maka banyak sample untuk subjek ini adalah:

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

<sup>15</sup>Husein Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 181-182

<sup>16</sup>M. Toha Anggoro, dkk, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2008), Cet, Ke-9, hlm. 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 merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

$$n = \frac{131}{1+131(0,1)^2}$$

$$n = 57 \text{ Orang}$$

Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data.<sup>17</sup>

#### d. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi dalam dua bagian, yaitu primer dan sekunder.

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui-melalui sumber data secara langsung dari orang-orang yang penelitian temui, diantaranya pemilik ponsel, dan konsumen Vanness Cell Ponsel
- 2) Data sekunder, yaitu data-data pendukung dan pelengkap untuk memperkuat data pokok, data ini diperoleh dari perpustakaan berupa buku, skripsi, jurnal, dan internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### e. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Observasi yaitu penulis mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui secara langsung mengenai analisis

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 85



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pembelian smartphonen di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta di tinjau dari ekonomi syariah.

- 2) Wawancara yaitu penulis mengadakan wawancara secara langsung dengan responden dan mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- 3) Kuesioner yaitu pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu kemungkinan tidak memerlukan kehadiran peneliti. Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.
- 4) Dokumentasi yaitu data yang berisi literatur ataupun pengambilan dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.<sup>18</sup>
- 5) Studi Pustaka adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lainnya.

#### f. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif, Metode deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai suatu fenomena untuk eksplorasi atau kenyataan

<sup>18</sup> Victoriuekya, "Pengertian Studi Pustaka", diakses dari <http://brainly.co.id>, pada tanggal 09 Juli 2020 pukul 13.15

sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variable yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang di uji.

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Setiap pernyataan mempunyai 5 alternatif jawaban, dengan bobot alternative jawaban sebagai berikut:

- 1) Alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
- 2) Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 2
- 3) Alternatif jawaban ragu-ragu diberi skor 3
- 4) Alternatif jawaban setuju diberi skor 4
- 5) Alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5

Menurut **Sugiyono (2011:7)** menyatakan bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak (*random sampling*), pengumpulan data berdasarkan instrument penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif / statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>19</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi linier berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variable bebas dan terikat. Bentuk persamaannya sebagai berikut:

<sup>19</sup>Riduwan Dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Social , Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet. Ke-3, hlm. 108



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Variable Terikat
a	= Konstanta
X <sub>1</sub> dan X <sub>2</sub>	= Variable bebas
b <sub>1</sub> dan b <sub>2</sub>	= Koefisien Regresi
ε	= Epsilon

Untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah kali instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama maka dapat di gunakan dengan uji instrument penelitian yaitu:

#### a. Uji Instrumen Penelitian

##### 1) Uji Validitas

Validitas data merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Instrument yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Instrument dikatakan valid apa bila nilai koefisien korelasi di hitung tabel. Adapun rumus yang di pakai yaitu *korelasi pearson produk moment*.

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

Keterangan:

r	= Koefisien Korelasi
x	= Devisiasi rata-rata X
Y	= Devisiasi rata-rata variable Y
	= Y - Y



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*. Batasan nilai dalam uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilai nya kurang baik. Pengujian ini dapat dilihat pada kolom *Reliabilitystatistics (Cronbachh's Al-pha)* dengan menggunakan computer program SPSS.

Untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik maka penguji akan menggunakan Uji Asumsi Klasik sebagai berikut:

### b. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normatik

Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah nilai variable dependen Y didistribusikan secara normal terhadap nilai variable bebas X. Uji normalitas dengan menggunakan uji One Sample Kolmogrov Smirnov Test. Suatu data dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai asymp Sig pada test tersebut bernilai  $> 0,05$ .

#### 2) Multikolonieritas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dengan melihat VIF (*Variance Inflation Faktor*) yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaan.

$$\text{VIF} = \frac{1}{\text{variance}}$$

Untuk menunjukkan adanya multi kolonieritas adalah nilai tolerance <0,10 atau sama dengan nilai VIF.

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian nilai residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Kemungkinan adanya gejala eteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram *Scatterplot* di mana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang di prediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas suatu model regresi.

#### 4) Uji Auto Korelasi

Menurut Makridakis sebagai manayang dikuti oleh Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a)  $1,65 < DW < 2,35$  = tidak ada auto korelasi
- b)  $1,21 < DW < 1,65$  ATAU  $2,35 < DW < 2,79$  = tidak dapat disimpulkan



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

c)  $DW < 1,21$  atau  $DW > 2,79$  = terjadi auto korelasi.

Untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat penulis menggunakan uji hipotesis sebagai berikut:

### c. Uji Hipotesis

#### 1) Pengujian Hipotesis Secara Parsial Dengan Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki hubungan secara signifikan terhadap variable dependen (Y) dengan  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Jika t hitung tabel, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variable dependen. Jika t hitung < t tabel maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variable independen dengan variable dependen. Nilai t hitung dapat di tentukan dengan formula:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sample

Untuk menghitung koefisien korelasi dapat menggunakan



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

rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\left( n \sum (X)^2 - (\sum X)^2 \right) \left( n \sum (Y)^2 - (\sum Y)^2 \right)}}$$

Keterangan:

n = Jumlah data (responden)

X = Variable bebas

Y = Variable terkait

## 2) Pengujian Hipotesis Secara Simultan Dengan Uji F

Uji simultan atau uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Vanness Cell Ponsel. Apabila hasil perhitungan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variable bebas dapat menerangkan variabel terikat secara simultan. Sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa variable bebas dari model regresi berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai  $F_{hitung}$  dapat ditentukan dengan formula:

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

Keterangan:

R = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variable bebas (independen)

n = Jumlah sampel



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

$F_h$  = Nilai F yang dihitung

### 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variable dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variable dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variable independen dalam menjelaskan perilaku variable dependen. Untuk mengetahui dapat mengetahui formula sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$ryx_1$  = Kerelasi sederhana (produk moment pearson) antara  $X_1$  dan Y

$ryx_2$  = Korelasi sederhana antara  $X_2$  dengan Y

$rx_1x_2$  = Kerelasi sederhana antara  $X_1$  dengan  $X_2$

## 6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah para pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis mengklasifikasikan penelitian dalam lima bab yang terdiri dari sub bab dengan perincian sebagai berikut:



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

**BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

**BAB II : GAMBARAN UMUM**

Dalam bab ini akan membahas tentang Sejarah dan Perkembangan ponsel, visi dan misi ponsel, struktur organisasi, produk-produk dalam usaha.

**BAB III : LANDASAN TEORI**

Bab ini akan menjelaskan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Diantaranya terdiri dari definisi pengambilan keputusan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta. Dan tinjauan ekonomi syariah terhadap analisis keputusan pembelian terhadap citra merek smartphone oleh konsumen di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang di peroleh dari bab sebelumnya.

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

## BAB II

### GAMBARAN UMUM VANNESS CELL PONSEL

#### Sejarah Vanness Cell Ponsel

Vanness Cell adalah salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang reparasi handphone. Usaha ini berdiri sejak tahun 2011 oleh Bapak Ayang selaku pendiri dan pemilik dan Bapak Erik selaku owner toko. Awal berdirinya ponsel tersebut dengan fasilitas, sarana, dan prasarana seadanya. Cabang pertama Vanness Cell Ponsel itu pertama kali di didirikan di Kubu, lalu mendirikan cabang lagi di Bagan, selanjutnya mendirikan cabang lagi di Pekanbaru Marpoyan, dan yang terakhir di Arengka tempat peneliti melakukan penelitian dan juga tidak jauh dari beberapa meter dari tempat penelitian Vanness Cell membuka cabang baru yang sangat besar terdiri dari 3 ruko.

Vanness Cell ponsel memperluas tempat usahanya dan merenovasi agar terlihat lebih baik, nyaman dan menyenangkan bagi siapa saja yang datang untuk membeli ataupun melihat handphone. Semakin hari Vanness Cell Ponsel ini melengkapi semua produk yang belum ada dan memperbaiki kinerja yang biasanya dilakukan untuk lebih meningkatkan kualitas ponsel tersebut agar menjadi kepercayaan para konsumen. Saat ini Vanness Cell ponsel berada di jalan Garuda Soekarno Hatta.

Dipilihnya tempat tersebut karena letak geografisnya yang strategis, yaitu diantara padatnya penduduk dan didukungnya transportasi yang lancar. Jadi Vanness Cell ponsel ini sudah berdiri sejak tahun 2011, artinya usaha ini sudah berdiri 10 tahun sejak pertama kali di dirikan di Kubu hingga sekarang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Hassanudin  
 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.

## Visi dan Misi

Untuk menjadikan Vanness Cell ponsel sebagai toko handphone yang unggul pada masyarakat golongan menengah kebawah maupun golongan menengah keatas, maka Vanness Cell Ponsel memiliki visi dan misi

Adapun visi Vanness Cell Ponsel adalah:

1. Menjadi Vanness Cell Ponsel sebagai toko reparasi handphone yang terpercaya.
2. Menjadikan setiap pelanggan handphone di Vanness Cell Ponsel sebagai teman dan konsumen seumur hidup.

Adapun misi Vanness Cell Ponsel adalah:

1. Memberikan pelayanan yang terbaik, nyaman dan menyenangkan.
2. Memberikan layanan sepenuh hati demi kenyamanan pelanggan dan memberikan solusi terbaik bagi pelanggan.
3. Tepat waktu dalam menyelesaikan handphone yang akan diperbaiki.
4. Segera mungkin memberikan informasi apabila handphone selesai diperbaiki ke pada konsumen.
5. Segera mungkin menindak lanjuti konsumen yang komplek terhadap handphone yang pernah diperbaiki di x-tronic ponsel.

## C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan secara efektif, struktur organisasi yang baik akan memudahkan koordinasi dan komunikasi atas semua aktivitas untuk mencapai semua tujuan. Struktur organisasi merupakan hubungan yang teratur diantara berbagai sektor atau fungsi yang perlu untuk mencapai tujuan dan tanggung jawab serta wewenang dalam suatu organisasi.



Dengan tersusunnya struktur secara fleksible dan tegas maka setiap bagian dan seksi yang ada pada usaha tersebut, melakukan tugas dan wewenangnya masing-masing. Dalam pelaksanaan kegiatan usaha tentu memerlukan adanya kerja sama yang baik untuk setiap unit kerja koordinasi diantaranya para karyawan. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan kinerja organisasi yang efektif dan efisien pada suatu organisasi, pembagian tugas, penetapan kedudukan, pembatasan wewenang, dan kekuasaan sangat penting.

Dengan demikian akan diketahui siapa yang bertanggung jawab dan kepada siapa harus di pertanggung jawabkan. Struktur organisasi perusahaan berbeda- beda sesuai dengan kebutuhan perusahaan yang bersangkutan. Struktur organisasi yang baik adalah organisasi yang memenuhi syarat sehat dan efisien, yang berarti tiap satuan organisasi dapat menjalankan peranannya masing-masing dan dapat mencapai perbandingan yang terbaik antara usaha dan jenis kerja.

Sementara itu untuk dapat menyusun organisasi yang baik diperlukan beberapa azas atau prinsip pokok organisasi, yaitu:

1. Perumusan tujuan organisasi yang jelas.
2. Harus ada satuan komando.
3. Harus ada pembagian tugas.
4. Harus ada pelimpahan wewenang dan tanggung jawab yang wajar.
5. Harus ada tingkat pengawasan dan koordinasi.

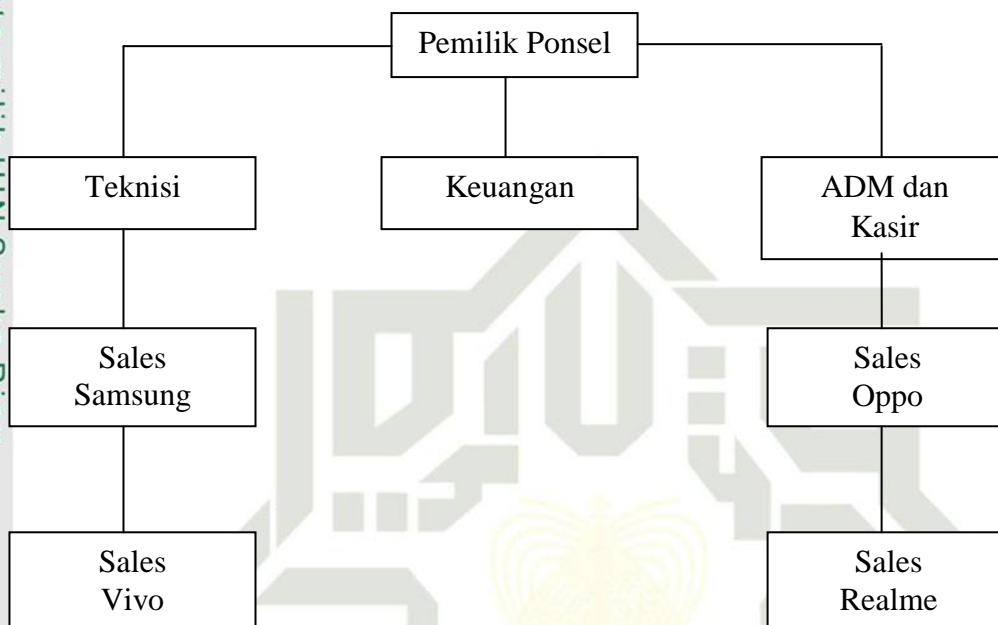
Vanness Cell Ponsel menggunakan struktur organisasi garis dan fungsional, untuk lebih jelas mengenai struktur organisasi perusahaan pada

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Vanness Cell Ponsel dapat dilihat pada bagan berikut ini:

**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi Vanness Cell Ponsel**



Sumber: Vanness Cell Ponsel

Tugas dan tanggung jawab setiap bagian struktur organisasi Vanness Cell Ponsel.

1. Pemilik Ponsel

Bertindak sebagai pimpinan tertinggi dalam perusahaan yang bertanggung jawab atas seluruh aktivitas usaha, pimpinan bertugas menemukan arah kebijakan umum sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, adapun tugas dari pimpinan yaitu:

- a. Melakukan pengawasan menyeluruh terhadap kegiatan dan aktivitas ponsel.
- b. Memberikan penugasan yang layak kepada bagian di bawahnya sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau



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

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- c. Melakukan pemantauan.
  - d. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan.
  - e. Menentukan kebijakan tertinggi usaha ponsel tersebut.
  - f. Bertanggung jawab terhadap keuntungan dan kerugian yang terjadi.
  - g. Memberhentikan karyawan.
  - h. Bertanggung jawab dalam memimpin dan membina ponsel secara efektif dan efisien.
  - i. Melakukan pembelian sparepart handphone.

## 2. Keuangan

Bendahara keuangan bertindak sebagai penanggung jawab laporan keuangan perusahaan, adapun tugas dan tanggung jawab bagian keuangan adalah:

- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- a. Mengatur administrasi keuangan.
  - b. Membuat laporan keuangan.
  - c. Membuat laporan pertanggung jawaban keuangan.
  - d. Memberikan data atau informasi kepada pimpinan mengenai kebutuhan dan guna keperluan operasional perusahaan sehubungan dengan kegiatan sehari-hari.
  - e. Mengawasi dan bertanggung jawab atas biaya yang dikeluarkan agar dapat digunakan secara optimal dan sesuai dengan tujuan serta tidak melebihi anggaran yang telah ditetapkan.



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

### 3. Teknisi

Menjadi seorang teknisi di sebuah ponsel haruslah memiliki jiwa bertanggung jawab yang besar, karena untuk memperbaiki handphone yang rusak harus memiliki pengetahuan yang luas soal kerusakan handphone tersebut. Adapun tugas dan tanggung jawab teknisi handphone adalah:

- a. Memperbaiki handphone dengan baik.
- b. Melaksanakan tugas khusus secara langsung sesuai order.
- c. Melaksanakan pemeliharaan dibidangnya.
- d. Mengatasi dan mengawasi gangguan yang terjadi pada peralatan listrik dan kelengkapannya.
- e. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam bidangnya.
- f. Melakukan pembelian suku cadang mesin-mesin handphone.
- g. Harus selalu siap apabila ada handphone yang harus diperbaiki.
- h. Menerima informasi kerusakan pada peralatan dan mesin dari pemakai serta memperbaiki kerusakan.
- i. Memelihara kebersihan ruangan dan penyimpanan alat-alat yang telah dan akan diperbaiki supaya teratur rapi.

### 4. ADM dan Kasir

Adapun tugas dan tanggung jawab seorang ADM dan kasir adalah:

- a. Bertanggung jawab penuh terhadap mesin register pada saat operasional toko.
- b. Mempelajari jenis-jenis handphone dan kode yang akan di jual.



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

- c. Disiplin dan selalu bekerjasama dengan sesama karyawan.
- d. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

#### 5. Sales

Adapun tugas dan tanggung jawab seorang sales adalah:

- a. Memeriksa handphone yang sudah kosong di rak.
- b. Menyusun dan merapikan handphone.
- c. Memajang handphone menurut jenisnya.
- d. Memeriksa dan mengontrol handphone yang masuk.
- e. Mempelajari dan menganal handphone.
- f. Member service kepada pelanggan.
- g. Menjelaskan kualitas dari handphone.

#### D. Aktifitas Vanness Cell Ponsel

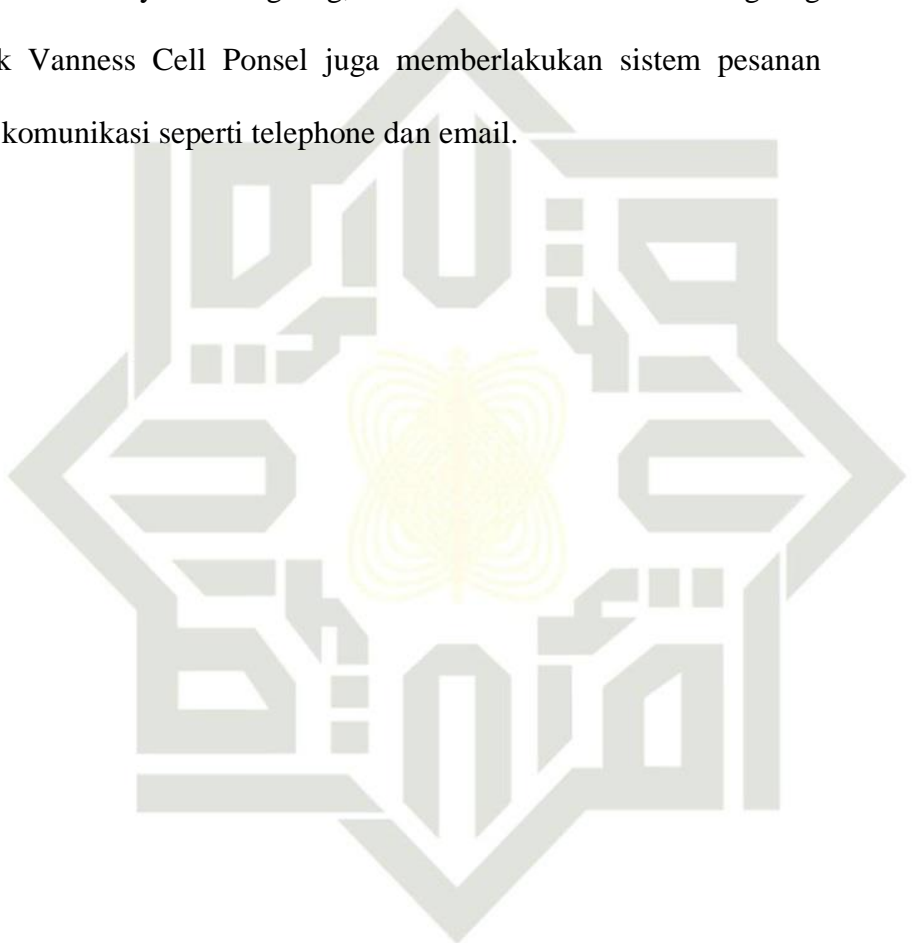
Vanness Cell Ponsel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produk elektronik komunikasi. Dalam melakukan penjualan perusahaan melakukan kebijakan tidak hanya menjual secara langsung atau tunai, tetapi juga dengan secara kredit. Dalam menjalankan kegiatan usahanya Vanness Cell Ponsel selalu mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas produk smartphone yang baik. Adapun kegiatan para karyawan setiap hari kerja yaitu:

1. Merapikan smartphone-smartphone
2. Melakukan promosi ke masyarakat
3. Melakukan sosialisasi dengan masyarakat yang ingin membeli smartphone

Pemasaran Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta di lakukan

secara pemasaran sendiri ke masyarakat atau dengan menjalin kemitraan dengan para pembeli yang menginformasikan smartphone-smartphone yang sedang digemari konsumen dan juga melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram dan lain sebagainya. Untuk penerimaan pesanan Vanness Cell Ponsel memberlakukan system langsung, dimana konsumen secara langsung datang ke toko Vanness Cell Ponsel juga memberlakukan sistem pesanan melalui media komunikasi seperti telephone dan email.

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



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

## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### A. Kualitas Produk

##### 1. Pengertian Kualitas Produk

Kata ‘kualitas’ mengandung banyak definisi dan makna. Orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan. Di kalangan para pakar juga muncul berbagai macam definisi kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Misalnya saja, Philip Crosby mendefinisikan kualitas sebagai sama atau sesuai dengan persyaratan.<sup>20</sup> Menurut M Suyanto kualitas adalah seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.

Sedangkan definisi yang cakupannya jauh lebih luas adalah yang dinyatakan oleh Goetsch dan Davis (dalam Tjiptono, 1997), kualitas merupakan satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas dapat berarti kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya yang dalam kenyataannya sekarang kualitas sudah menjadi suatu kebutuhan yang kompetitif karena perusahaan yang mempunyai kualitas paling baik maka akan maju pesat.

Produk dalam istilah pemasaran (marketing) adalah bentuk fisik barang yang ditawarkan dengan seperangkat citra (image) dan jasa

<sup>20</sup> M. Suyanto, *Marketing strategy top brand Indonesia*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2007), hlm.110



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

(service) yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau member manfaat tertentu.<sup>21</sup>

Sedangkan menurut Ricky W.Griffin dan Ronaldo J.Ebert produk adalah paket nilai yang menyediakan manfaat-manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>22</sup>

Sedangkan kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong, adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.<sup>23</sup>

## 2. Tingkatan Produk

Produk merupakan salah satu variable terpenting yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen. Kotler (2003) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, pendapatan, keuntungan atau konsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Merencanakan suatu tawaran pasar atau produk dipengaruhi oleh lima tingkatan produk yaitu:<sup>24</sup>

- a. Manfaat inti (*core benefit*), adalah jasa atau kegunaan dasar yang sebenarnya dibeli konsumen.

<sup>21</sup> Gugup Krismono, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE YOGYAKARTA, 2010), hlm.32

<sup>22</sup> Ricky W.Griffin, Ronaldo J.Ebert, *Bisnis edisi kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h.lm. 203

<sup>23</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I edisi ke-8, alih Bahasa Damos Sihombing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 354

<sup>24</sup> Yolanda M. Siagian, *Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 45



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- ⓐ Hak cipta milik UIN Suska Riau
- b. Produk dasar (*basic product*), adalah kumpulan atribut dan kondisi yang bisa diharapkan.
  - c. Produk yang diharapkan (*expected product*), adalah kumpulan atribut yang biasanya diharapkan dan disetujui konsumen ketika mereka membeli produk.
  - d. Produk yang lebih baik (*augmented product*), adalah suatu produk yang didalamnya meliputi tambahan jasa dan manfaat yang akan membedakan dari produk pesaingnya.
  - e. Produk potensial (*potensial product*), adalah perluasan dari transformasi yang dialami produk ini di masa yang akan datang, sehingga produk memiliki ciri khas tersendiri.

### 3. Klasifikasi Produk

Dalam klasifikasi produk, kita mengenal produk konsumen (*consumer products*) dan produk industri (*industrial products*).<sup>25</sup> Produk konsumen adalah produk dan jasa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi. Sedangkan produk industri adalah produk yang di beli untuk dip roses lebih lanjut atau digunakan dalam melaksanakan bisnis. Bagi konsumen atau pemasar yang memasarkan produknya, mereka mengklasifikasikan produk konsumen menjadi empat yaitu:

- a. Produk konvenien (*convenience products*)

Produk konvenien adalah produk konsumen yang sering dibeli, dibeli mendadak, dan dengan sedikit perbandingan dan usaha

<sup>25</sup> Christina Ariande Sekar Sari, *Teknik Mengelola Produk Dan Merek Konsep Dan Aplikasi Pada Fast Moving Consumer Goods*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pembelian. Contohnya: detergen pencuci pakaian, permen, dan makanan ringan.

b. Produk belanja (*shopping products*)

Produk belanja adalah produk konsumen yang jarang dibeli. Pelanggan melakukan perbandingan dengan cermat sebelum membeli dengan menimbang kriteria kesesuaian, kualitas, harga, dan usaha pembeli. Contohnya: furniture, pakaian, dan mobil.

c. Produk khusus (*specialty products*)

Produk khusus adalah produk konsumen dengan kriteria unik atau merek yang sudah dikenal, yang mana sekelompok pembeli bersedia melakukan usaha pembelian khusus untuk produk tersebut. Contohnya: mobil merek tertentu, peralatan fotografi yang mahal, dan pakaian karya perancang terkenal.

d. Produk yang tidak dicari (*unsought products*)

Produk yang tidak dicari adalah produk konsumen yang tidak diketahui oleh konsumen atau secara normal konsumen tidak berfikir untuk membelinya. Kebanyakan inovasi baru tidak dikenal sampai konsumen menyadarinya melalui iklan. Contohnya: asuransi jiwa.

#### 4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pada hakikatnya, seseorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk tersebut. Para pembeli membeli barang dan jasa, karna barang atau jasa tersebut dapat digunakan sebagai alat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dengan kata lain, seseorang



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

© membeli produk bukan karena fisik produk itu semata-mata, tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk dari yang dibelinya tersebut.<sup>26</sup>

Produsen yang berwawasan produk berpendapat bahwa konsumen hanya akan memilih produk yang berkualitas, atau mempunyai kelebihan-kelebihan lain yang sifatnya inovatif menurut anggapan produsen. Perusahaan berpendapat bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan kualitas dan prestise yang paling baik serta keistimewaan yang menonjol dan karena itu organisasi harus mencurahkan usaha terus menerus dalam perbaikan produk.

Dasar pemikiran ini tercakup dalam konsep produk adalah:

- Para konsumen membeli produk lebih dari pada sekedar untuk memenuhi kebutuhan.
- Para konsumen pada mulanya menaruh perhatian pada mutu produk.
- Cara konsumen mengetahui tinggi rendahnya mutu maupun perbedaan-perbedaan dalam penampilannya diantara berbagai merek yang bersaing.
- Para konsumen menetapkan pilihan diantara berbagai merek yang bersaing itu, dengan pedoman mendapatkan mutu terbaik untuk uang yang mereka belanjakan.<sup>27</sup>

## 5. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam

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

<sup>26</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan strategi*, (Jakarta : aja Grafindo Perasada, 1996), hlm.202

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi fset, 2016), hlm. 222



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

©murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al- rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan.<sup>28</sup> Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.<sup>29</sup>

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

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوبَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

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

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

<sup>28</sup> Veithzal Rivai Zainal, *Op Cit*, hlm. 380

<sup>29</sup> Departemen Agama, *Op Cit*, hlm. 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 merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.<sup>30</sup>

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

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing-masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonom konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi. Boleh jadi tujuan tersebut merealisasikan produk yang bisa dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boleh jadi mampu bersaing dan bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain.

Karena itu acapkali produk tersebut menjadi tidak berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk

<sup>30</sup> Syekh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syekh Imam Al-Qurthubi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm. 481-483



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

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

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

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

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

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya.<sup>31</sup>

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

<sup>31</sup> aribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta : Khalifa, 2006), et 1, hlm.78



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

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- a. Umar menyatakan dalam buku karangan Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, yang berjudul Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan, “ Perbaguslah adonan roti ; karena dia salah satu cara mengembangkannya, “ Artinya, perbaguslah adonan roti dan perhaluslah ; karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.
  - b. Umar Rhadiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan, “janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan mengaduknya dengan contongnya ; sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting.
- Berdasarkan pada peran pentingnya tauhid dalam kehidupan manusia, maka wajib bagi setiap muslim mempelajarinya. Kajian tauhid sangat luas dan panjang sehingga dalam penelitian ini hanya mengkaji bagian produk yang dapat dilihat pada hadits yang berbunyi sebagai berikut (Qardhawi, 1982)

*“Diriwajatkan ada seorang laki-laki memberi hadiah satu guci acak kepada Nabi Salallahu alaihi Wassalam. Nabi pun memberitahukan kepada orang itu bahwa arak telah diharamkan oleh Allah. Lalu lelaki itu pun bertanya “bolehkan saya menjualnya?” Nabi menjawab “Zat (sesuatu) yang diharamkan untuk diminum haram untuk dijual”. Lelaki itu balik bertanya “bagaimana kalau saya hadiahkan saja kepada orang yahudi?” Nabi menjawab “Sesungguhnya Allah yang telah mengharamkan arak, mengharamkan juga untuk dihadiahkan kepada orang Yahudi”. Maka lelaki itu bertanya lagi “lalu apa yang harus saya perbuat?” “tuangkan saja arak itu ke selokan” jawab Nabi (Hadits Riwayat Al- Humaidi)*

Hadits diatas menggambarkan cara Islam Memperlakukan barang yang dilarang berdasarkan sifat tauhid. Yang mana telah kita ketahui



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

© dalam Islam ada yang namanya dua pembagian barang yaitu, barang halal dan barang haram. Mengenai ini ada sabda Rasul sebagai berikut ini:

*“Sesungguhnya yang halal itu jelas, dan yang haram itu jelas, dan diantara keduanya terdapat perkara-perkara syubhat (samar-samar, belum jelas) yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang.”* (Hadist Riwayat al-Bukhari dan Muslim)

Seperti didalam hadits tersebut bahwa telah jelas adanya perbedaan Antara produk yang halal dan yang haram, selain itu didasari karena kewajiban bagi umat muslim untuk mengkonsumsi dan menggunakan produk yang halal dan juga dikarenakan umat muslim tidak semata-mata menggunakan barang untuk kesenangan saja, tetapi juga untuk menjalankan tugas, tanggung jawab menjalankan misi yaitu beribadah kepada Allah yang menjadi salah satu faktor mentauhidkan Allah.

Dalam Islam penggunaan produk tidak hanya menjadi pemuas kebutuhan atau terlebih hanya sebagai pemuas keinginan saja. Jelas ketika dalam menggunakan suatu produk yang hanya didasarkan pada pemuasan keinginan itu bias menjadi perbuatan yang salah. Sehingga kita pahami bahwa keunggulan produk yang sesuai dengan syariah yang kita kaitkan dengan unsur tauhid tidak hanya pada produk yang sangat bagus tetapi juga pada manfaat dan keunggulan produk yang bersangkutan.

## B. Harga

### 1. Pengertian Harga

Harga memang peran penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli.<sup>32</sup> Menurut Kotler dalam Ancellawati (2000)

<sup>32</sup> Didin Fatihudin dkk, *Pemasaran Jasa Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hlm. 50



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mengatakan bahwa harga yaitu jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Menurut Alma (2000) bahwa harga adalah nilai suatu jasa yang dinyatakan dengan uang.

Berdasarkan dari pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah merupakan alat ukur untuk mengukur suatu nilai uang yang terkandung dalam suatu barang atau jasa, sedangkan yang dipakai sebagai alat penukar adalah uang.<sup>33</sup>

Dalam konteks pemasaran jasa, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.

Menurut Willim J. Staton, harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertai. Sedangkan harga menurut Jerome Mc Caherty harga (*price*) adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu.<sup>34</sup>

## 2. Harga Sebagai Atribut

Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen. Pada kondisi tertentu konsumen sangat sensitive terhadap harga sehingga harga suatu produk yang relative lebih tinggi disbanding para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan

<sup>33</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 193

<sup>34</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002), hlm.268.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

konsumen. Terdapat dimensi negatif dan dimensi positif dari atribut harga yaitu:<sup>35</sup>

- a. Peran negatif dari pertimbangan harga
- 1) Sadar nilai (*value conscious*), keadaan dimana konsumen memperhatikan rasio kualitas produk terhadap harga.
  - 2) Sadar harga (*price conscious*), keadaan dimana konsumen lebih berfokus pada pembayaran harga yang lebih murah.
  - 3) Penawaran kupon, keadaan dimana konsumen menanggapi tawaran pembelian yang melibatkan kupon.
  - 4) Penawaran penjualan, keadaan dimana konsumen menanggapi tawaran pembeli yang melibatkan pengurangan harga sementara.
  - 5) Penetapan harga, keadaan dimana konsumen menjadi sumber informasi bagi orang lain tentang harga dipasar bisnis.

Untuk peran positif harga yang digunakan untuk memengaruhi konsumen ada dua jenis keadaan yaitu:

- 1) Hubungan harga dan mutu, keadaan dimana konsumen menggunakan harga sebagai indicator mutu.
- 2) *Sensitive presitige*, keadaan dimana konsumen membentuk persepsi atribut harga yang menggunakan berdasarkan sensitivitasnya terhadap persepsi orang lain dari tanda-tanda status dengan harga yang lebih mahal.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 122

<sup>36</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 merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dengan demikian, bahwa atribut harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti yang cukup berbeda bagi konsumen, tergantung pada konsumen, situasi, dan produk.

- b. Pembentukan sikap dan kepercayaan konsumen.

Pada informasi langgung, kepercayaan dan sikap terbentuk secara langsung, terdapat tendensi atas tiga keadaan yang dapat menciptakan sebuah hierarki.<sup>37</sup>

- c. Penciptaan kepercayaan secara langsung.

Formasi kepercayaan secara langsung terjadi konsumen melakukan aktivitas pemrosesan informasi. Informasi tentang atribut dan manfaat produk diterima dan dikodekan kedalam memori, dan kemudian dibuka kembali dari memori untuk digunakan.

- d. Pembentukan sikap secara langsung.

Sikap didefinisikan sebagai jumlah afeksi atau perasaan untuk atau terhadap rangsangan objek, seperti orang, produk, perusahaan atau ide.

Tiga mekanisme berikut menjelaskan bagaimana sikap terbentuk secara langsung:

- 1) Proses pembelajaran perilaku dan formasi sikap.

Dimana sikap dapat diciptakan melalui proses pembelajaran perilaku dari pengorbanan fisik klasik, pengondisian operan, dan pembelajaran observasional.

<sup>37</sup> *Ibid*, hlm.123



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

2) Eksposur nyata dan formasi sikap.

Dimana dengan metode ini perasaan positif yang tercipta dengan eksposur berulang sering kali terjadi tanpa konsumen mengetahui atau merasakan secara sadar bahwa objek tersebut sudah dikenalnya. Selain itu pengaruh eksposur nyata memiliki dampak penting bagi para pemasar untuk dapat mengelola dan menepatkan produk, nama, atau simbolnya di muka konsumen sesering mungkin sehingga dapat memengaruhi perasaan sejumlah orang dengan nyata.<sup>38</sup>

3) Suasana hati dan formasi sikap.

Di sini telah ditemukan bahwa apabila konsumen pada awalnya diekspos pada sebuah objek, suasana hati mereka pada awalnya akan memengaruhi sikap yang mereka betuk terhadap objek.<sup>39</sup>

### 3. Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga menjadi tantangan yang semakin meningkat untuk banyak perusahaan sehubungan dengan deregulasi, informasi dari pembeli, persaingan global yang ketat, pertumbuhan pasar yang lambat dan peluang perusahaan untuk meningkatkan posisi pasarnya. Harga berdampak pada kinerja keuangan dan berpengaruh penting pada nilai penempatan posisi merek di benak pelanggan. Harga juga memungkinkan menjadi sebuah perwakilan dari ukuran kualitas produk manakala pelanggan sulit mengevaluasi produk yang kompleks.<sup>40</sup>

<sup>38</sup> *Ibid*, hlm. 124

<sup>39</sup> M Suyatno, *Marketing Strategy Top Bran Indonesia*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), hlm. 123

<sup>40</sup> Gugup Kismoni, *Op Cit*, hlm. 347



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Penetapan harga bagi perusahaan memiliki tujuan tertentu. Tujuan penetapan harga yaitu:

- a. Mempertahankan kelangsungan operasi perusahaan.

Perusahaan menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya yang telah dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Dari laba tersebut perusahaan mendapatkan dana yang dapat dipergunakan untuk jalannya operasi perusahaan.

- b. Merebut pangsa pasar (*market share*).

Perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen dan dapat merebut pangsa pasar pesaing.

- c. Mengejar keuntungan.

Perusahaan dapat menetapkan harga yang bersaing agar bisa mendapatkan keuntungan yang optimal bagi produknya.

- d. Mendapatkan *Return On Investment* (ROI) atau pengembalian modal.

Agar perusahaan dapat cepat menutup biaya investasi, harga dapat ditetapkan tinggi.

- e. Mempertahankan *status quo*.

Di tengah persaingan beragam produk yang ditawarkan pasar, produk yang telah mendapatkan pangsa pasar perlu dipertahankan keberadaannya dengan menetapkan harga yang tetap.<sup>41</sup>

<sup>41</sup> Philip Kotler, *Marketing Essentials*, (Jakarta :Erlangga) jilid 1, hlm.255-256

#### 4. Pengaruh Harga dalam Keputusan Pembelian

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen Indonesia yang masih berpendapatan rendah, maka harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan dalam memilih produk maupun jasa. Konsumen pun sangat sensitive terhadap keinginan.

Kenaikan harga-harga Sembilan bahan pokok atau produk-produk konsumen sering kali menimbulkan gejolak sosial, bahkan demonstrasi dari konsumen yang memperjuangkan hak-haknya.<sup>42</sup> Tujuan pembelian akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan keluarga yang tak terduga, harga yang diharapkan, manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk.

<sup>42</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Graha Indonesia 2004) Edisi. 2, hlm.



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

Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Sebaliknya apabila konsumen menganggap bahwa manfaat yang diterimanya lebih besar, maka yang akan terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai yang positif. Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan.<sup>43</sup>

## 5. Harga dalam Pandangan Islam

Ajaran islam member perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna adalah resultan dari kekuatan yang bersifat missal dan impersonal, yaitu merepakan fenomena alami. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilka harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karrenanya, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai.

Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menderita kerugian. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.<sup>44</sup>

<sup>43</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 330

<sup>44</sup> Jaka Isgiyarta, *Dasar-Dasar Ekonomi Islami Menuju Sirathal Mustaqim*, (Yogyakarta:Ekonosia, 2012), hlm. 93



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kesepakatan harga jual merupakan factor penting dalam melaksanakan jual-beli. Dalam islam, aktifitas perdagangan juga merupakan suatu tindakan ibadah. Bersikap mudah dan memudahkan orang lain ketika berdagang atau berjual beli adalah satu amalan yang akan mendatangkan pahala besar bagi para pelakunya. Sehingga Rasulullah SAW mendoakan orang yang melakukan tindakan tersebut, seperti pernyataan hadits berikut:

*“Dari sahabat jabir Abdillah semoga Allah meridhoi keduanya, bahwa berbuat mudah ketika ia menjual, ketika ia membeli, dan ketika menagih.”* (HR. Al-Bukhari).<sup>45</sup>

Dari penjelasan diatas maka dalam mekanisme harga jual dalam ekonomi Islam adlah sebagai berikut:

- a. Tujuan transaksi jual beli yaitu ibadah, jual beli untuk mencari rahmat Allah SWT, bukan meningkatkan kekayaan atau memaksimalkan laba.
- b. Asumsi dasar yaitu:
  - 1) Penjual dan pembeli mempunyai niat untuk saling tolong-menolong. Saling memudahkan dan meringankan antara kedua belah pihak.
  - 2) Penjual dan pembeli berusaha saling jujur.
- c. Mekanisme penentuan harga jual yaitu pemufakatan.

Islam memiliki pandangan sendiri mengenai keputusan penetapan harga. Alquran telah menetapkan rambu-rambu dalam berbisnis yang

<sup>45</sup> *Ibid*, hlm. 94



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

© harus dapat menguntungkan kedua belah pihak. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam ayat berikut.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. ( QS. An-Nisa' (4):29)<sup>46</sup>*

Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai di dalam al-Qur'an. Adapun dalam hadist Rasulullah saw, dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu di bolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum *at-tas'ir al-jabbari*, menurut kesepakatan para ulama fiqh adalah *al-maslahah al-mursalah* (kemaslahatan).

Artinya: *Dari Anas bin Malik, ia berkata: Orang-orang berkata, Wahai Rosulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami. "Lalu Rosulullah SAW bersabda, sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntuku karena kezhaliman dalam darah atau harta". (HR. Abu Dawud).*

Ulama fiqh menyatakan bahwa kenaikan harga yang terjadi di zaman Rasulullah saw tersebut bukanlah karena tindakan sewenang-

<sup>46</sup> Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013), hlm.221



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

wenang dari para pedagang, tetapi karena memang komoditas yang ada terbatas. Sesuai dengan hukum ekonomi apabila stok terbatas, maka wajar barang tersebut naik. Oleh sebab itu, dalam keadaan demikian Rasulullah saw tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut.

Penetapan (*regulasi*) harga dikenal di dunia fiqih dengan istilah *tas'ir*, yang berarti menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjual belikan, yang tidak menzhalimi pemilik barang dan pembelinya. Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaannya, yaitu keadaan salah satu pihak senang di atas pihak lain.<sup>47</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah, dalam buku karangan A.A Islahi yang berjudul Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah ada dua tema yang sering ditemukan dalam pembahasannya tentang masalah harga, yaitu :

- a. *Iwad al Mitsl*, adalah penggantian yang sama yang merupakan nilai harga sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, disinilah esensi dari keadilan.
- b. *Tsamam al-Mitsl*, adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm. 210



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

dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan diwaktu tertentu.<sup>48</sup>

Dalam satu bagian dalam bukunya. *Fatawa*, Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga:

- a. Keinginan penduduk (al-*raghbah*) atas jenis yang berbeda-beda dan sesekali berubah-ubah. Perubahan itu sesuai dengan kelimpahruhan atau kelangkaan barang yang diminta (al-*matlub*). Sebuah barang sangat diinginkan jika persediaannya sangat sedikit ketimbang jika ketersediaannya berlimpah.
- b. Perubahannya juga tergantung pada jumlah para peminta (tullab). Jika jumlah dari orang-orang yang meminta dalam satu jenis barang dagangan banyak, harga akan naik dan akan terjadi sebaliknya jika jumlah permintaannya kecil.
- c. Itu juga akan berpengaruh atas menguat atau melemahnya tingkat kebutuhan atas barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan, bagaimanapun besar atau kecilnya.
- d. Harga jual berubah-ubah sesuai dengan (kualitas pelanggan) siapa saja pertukaran barang itu dilakukan (al-*mu'awid*). Jika ia kaya dan dijamin membayar utang, harga yang rendah bisa diterima darinya, ketimbang yang diterima dari orang lain yang diketahui sedang bkrut, suka mengulur-ulur pembayaran atau diragukan kemampuannya.
- e. Harga itu dipengaruhi juga oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang

<sup>48</sup> A.A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, (Surabaya :PT Bina Ilmu, 1997), hlm.107



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

digunakan dalam jual beli. Jika yang digunakan umum dipakai (naqd ra'ji), harga akan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang ada diperdaran.

## Keputusan Pembelian

### 1. Pengertian Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencairan, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and services*).<sup>49</sup> Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa. Mungkin sedikit bingung, perilaku seperti apa yang dimaksud atau dikategorikan ke dalam perilaku konsumen. Pada dasarnya perilaku konsumen ini sangat luas, mungkin anda telah melakukan perilaku konsumen, namun tidak menyadarinya. Hal-hal seperti itu sering kali terjadi ketika melakukan suatu proses pembelian.<sup>50</sup>

Perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga pokok, promosinya juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual (distribusikan). Jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi, maka

<sup>49</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 2

<sup>50</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 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.

konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktivitas perilaku konsumen untuk membeli. Namun jika harga suatu barang atau jasa tersebut tinggi, atau mahal, maka konsumen tersebut akan memberikan usaha atau *effort* lebih terhadap barang tersebut.

Perilaku konsumen merupakan hal yang mendasari dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk dan jasa, tentu sebagai konsumenselalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli.<sup>51</sup> Mulai dari harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi, atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya.<sup>52</sup>

## 2. Faktor-Faktor Utama Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Menurut Assael ada tiga factor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yaitu konsumen individu, lingkungan, dan penerapan strategi pemasaran. Tiga factor yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam membeli barang atau jasa yaitu:

- a. Faktor pertama, konsumen individual artinya bahwa pilihan untuk membeli barang atau jasa dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen seperti kebutuhan, persepsi, sikap, kondisi geografis, gaya hidup dan karakteristik kepribadian individu.
- b. Faktor kedua, yaitu lingkungan artinya bahwa pilihan konsumen terhadap barang ataujasa dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya.

<sup>51</sup> *Ibid.*,

<sup>52</sup> M. Anang Firmansyah, *Op Cit*, hlm.51



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

c. Faktor ketiga, yaitu penerapan strategi pemasaran ini merupakan stimulasi pemasaran yang dikendalikan oleh pemasar atau pelaku bisnis.<sup>53</sup>

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Karenanya kita akan membahas pengaruh tiap faktor terhadap perilaku pembelian.

a. Faktor-Faktor Kebudayaan

1) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

2) Sub-Budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.

3) Kelas Sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogeny dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 9

<sup>54</sup> *Ibid*, hlm.11



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

b. Faktor-Faktor Sosial

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

2) Keluarga

Kita dapat membedakan antara keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah: *keluarga orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang.

3) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam *peran* dan *status*.

c. Faktor Pribadi

1) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan *siklus hidup* keluarga.

2) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

3) Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari *pendapatan yang dapat dibelanjakan* (tingkatnya,



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

stabilitasnya, dan polanya), *tabungan dan hartanya* (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), *kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.*

#### 4) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang.

#### 5) Kepribadian dan Konsep Diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.<sup>55</sup>

#### d. Faktor Psikologis

##### 1) Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenic, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

##### 2) Persepsi

Yaitu sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

<sup>55</sup> *Ibid*, hlm. 14

### 3. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan yang melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Oleh karena itu melalui dukungan informasi yang tersedia dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan suatu keputusan termasuk didalamnya hal pembelian. Jenis keputusan yang akan diambil konsumen dibedakan dalam tiga hal kategori, meliputi:<sup>56</sup>

a. Pengambilan keputusan dengan informasi yang terbatas

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

b. Pengambilan keputusan dengan informasi yang memadai

Pada kondisi ini, konsumen telah memiliki dan menguasai informasi tentang produk yang dibutuhkan, meskipun dalam jumlah yang terbatas. Guna menambah keyakinan dan kemandirian dalam pengambilan keputusan masih diperlukan informasi tambahan lain yang dibutuhkan. Konsumen akan membuat keputusan yang tepat apabila informasi yang dibutuhkan tersedia dan mudah diakses.

c. Pengambilan keputusan dengan informasi yang luas

Pada kondisi seperti ini konsumen sudah sangat mengenal produk yang diperlukan guna memenuhi kebutuhannya. Konsumen

<sup>56</sup> Nurul Inayah, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung DI Bank Syariah (Studi Kasus DI PT. BPRS Puduarta Insani)". Al-Tawassuh Vol. 2 No. 1, Jurnal.uinsu.ac.id. Akses pada tanggal 20 mei 2019 (Medan:Pasca Sarjana uin su)



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

telah mengetahui semua karakteristik yang melekat pada produk, sehingga untuk mengambil keputusan, konsumen hampir tidak memerlukan informasi tambahan lainnya. Pengambilan keputusan telah menjadi hal yang rutin.

#### 4. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam

Keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintergrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.<sup>57</sup> Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang ada pada surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS.An-Nisa :29)*<sup>58</sup>

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

<sup>57</sup> Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta : Khalifa, 2006), Cet 1, hlm.78.

<sup>58</sup> Muhammad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1, hlm. 229



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

dikaitkan dengan kebendaan, tetapi juga dengan *ruhiyah, ruhiyah* atau spiritual dan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Oleh karena itu konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat memandu perilakunya agar dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam yang dapat pula diistilahkan dengan *masalahah*. Jadi tujuan konsumen muslim bukanlah memaksimalkan *utility*, tetapi memaksimalkan *masalahah*.<sup>59</sup>

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

#### **D. Hubungan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

##### **1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian<sup>60</sup>**

Menurut Kotler (2002) konsumen memiliki rasa tertarik untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor penunjang terhadap produk itu

<sup>59</sup> *Ibid.*,

<sup>60</sup> Ditami Astrika Putri, *loc. 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 merugikan 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.

sendiri yaitu kualitas produk, model atau variasi produk yang ditawarkan selalu baru, banyaknya pilihan variasi produk, kenyamanan produknya, harga yang menjangkau konsumen, kegiatan promosi yang efektif dan efisien, serta faktor aktifikasi variasi produk yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Oleh sebab itu pihak perusahaan harus cermat dan teliti dalam menawarkan suatu produk.

Terhadap perkembangan kondisi pasar atas produk yang dipasarkannya bila perusahaan terlambat untuk melakukan variasi produk terhadap hasil produksinya, maka perusahaan akan kalah dengan perusahaan lain sehingga konsumen akan merasa jenuh serta akan berdampak terhadap volume penjualan. Dampak yang lebih luas lagi akan mengacaukan kelangsungan kehidupan perusahaan. Maka dari itu, antisipasi perusahaan adalah harus mengadakan variasi produk yang selalu menciptakan nuansa baru, misalnya ukuran, kemasan, dan rasa harus menjadi prioritas utama terhadap pelaksanaan variasi produk, karena hal itu sangat penting dan memiliki hubungan dalam pandangan konsumen untuk keputusan dalam membeli suatu produk.

Pendapat tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Monalisa (2015) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian akan dilakukan ketika konsumen sudah memilih produk yang cocok untuk memenuhi kebutuhannya.

Kotler dan Armstrong yang di alih bahasakan oleh T.Hermaya (2012:347) menyatakan bahwa Kualitas produk adalah kemampuan suatu



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

produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Kualitas produk merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi apa yang diharapkan konsumen.

Jika perusahaan ingin berkembang, apa lagi harus meraih keuntungan, mereka tidak lagi punya pilihan selain mengadopsi konsep kualitas. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapannya. Semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Harga dapat merupakan jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Pada masa sekarang, dengan daya beli mayoritas konsumen yang semakin rendah, penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena konsumen semakin kritis dan selektif untuk membelanjakan uang. Keputusan penetapan harga mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan berapa banyak pendapatan yang diperoleh. Harga yang diinginkan konsumen adalah harga yang bersaing dan terjangkau. Kualitas produk merupakan kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan (Purnama, 2006:11). Kualitas dari setiap produk yang dihasilkan merupakan salah satu unsur yang harus mendapat perhatian yang sungguh-



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

©sungguh dari perusahaan, kalau perusahaan ingin memenangkan suatu persaingan dalam usaha (Angipora, 2007:174).

Tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik usaha (Angipora, 2007:174). Hal ini dapat dibuktikan oleh penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hasil penelitian Munawaroh (2011), menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 2. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011:169). Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi, jika harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan.

Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan menderita rugi. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitikberatkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba (Swastha dan Sukotjo, 2007:211).



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Qasim Riau

Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian Seanewati Oetama (2011), menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Persaingan yang ketat dalam bisnis kendaraan bermotor roda dua menjadikan konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan untuk memilih jenis dan type yang sesuai dengan selera. Setiap kendaraan yang dikeluarkan biasanya mempunyai kelebihan dan kekurangan, tinggal bagaimana konsumen menentukan pilihan tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, namun dalam penelitian, diukur melalui faktor kualitas produk, harga dan citra merek.<sup>61</sup>

Pada saat pelanggan melakukan evaluasi dan penilaian terhadap harga dari suatu produk maka akan sangat dipengaruhi oleh perilaku pelanggan itu sendiri, latar belakang (social, ekonomi, demografi, dan lain-lain), pengalaman (belajar), serta pengaruh lingkungannya. Dengan demikian penilaian harga terhadap suatu produk dikatakan murah, mahal atau biasa saja, dari setiap individu tidaklah sama, karena tergantung persepsi individu yang di latar belakang oleh lingkungan kehidupan. Pelanggan dalam menilai harga suatu produk, bukan hanya di nilai dari nilai nominal secara absolut tetapi melalui persepsi pada harga. Suatu perusahaan perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau

<sup>61</sup> Jon Carlos Wora, Skripsi: “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo” (Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017), hlm. 12



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

sebaliknya, sehingga harga yang ditawarkan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh A.B Susanto (2012: 202) mengemukakan bahwa Keputusan Pembelian Konsumen adalah suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak.

Kualitas produk merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi apa yang diharapkan konsumen. Jika perusahaan ingin berkembang, apa lagi harus meraih keuntungan, mereka tidak lagi punya pilihan selain mengadopsi konsep kualitas. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapannya. Semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian Harga dapat merupakan jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Keputusan penetapan harga mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan berapa banyak pendapatan yang diperoleh Harga yang diinginkan konsumen adalah harga yang bersaing dan terjangkau. Hal ini dapat dibuktikan oleh penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Hasil penelitian Abrugam Mahendra Bagaskara (2014).

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

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan hasil pembahasan dan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone di Vaness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan dengan persamaan regresi  $Y = 28.339 + 0,562 (X_1) - 0,124(X_2)$  ditunjukkan dengan uji t bahwa t hitung kualitas produk = 2,804 > 2,002, maka  $H_0$  di terima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone di Vaness Cell ponsel. dan t hitung Harga = -0,689 < 2,002 maka  $H_0$  tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone di Vaness Cell Ponsel. Selain itu dapat dilihat dari uji F dengan nilai sig = 0,025 < dari nilai F value = 0,05 maka terdapat pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terkait (Y) atau hipotesis diterima. Serta dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi model adalah 0,128 atau 12,8%. Artinya adalah terdapat pengaruh variabel independen (Pengaruh kualitas produk dan harga) terhadap naik turunnya variabel dependen (Keputusan Pembelian) adalah sebesar 12,8% dan sisanya 87,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak penulis teliti



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

didalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Antara Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

2. Berdasarkan tinjauan ekonomi syariah dalam pengaruh kualitas produk dan harga, untuk menetapkan suatu harga maka penetapan harga dalam Islam itu boleh tetapi tidak boleh ada unsur mamaksa dan kecurangan dalam menetapkan harga. Untuk menetapkan suatu harga dalam produk penjual juga harus melihat dari sisi kualitas dari suatu produk itu. Penjual harus menetapkan harga dengan adil dan tidak boleh menaikkan harga pada saat barang yang dibutuhkan mengalami kelangkaan.

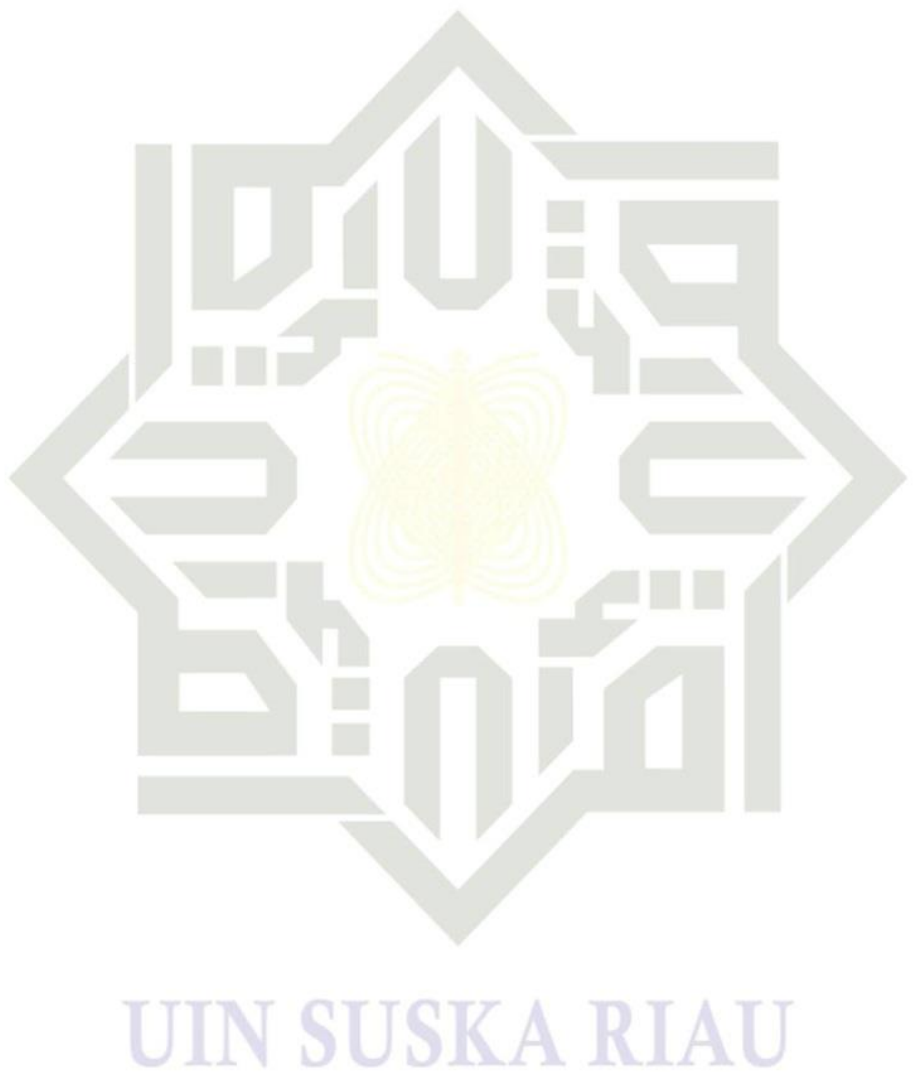
## B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran yang kedepannya diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Vanness Cell Ponsel untuk meningkatkan Penjualan ataupun juga kepada pembaca yang ingin melakukan penelitian sejenis. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk terus meningkatkan kualitas dari smartphone yang kekinian, sehingga banyak dari pelanggan yang tertarik dengan smartphone yang ditawarkan, dan lebih giat dalam promosi – promosi baik dengan memberikan diskon, maupun dalam melakukan promosi melalui social media, seperti instagram, facebook, dan website resmi dari Vanness Cel Ponsel sendiri, sehingga para konsumen dapat mengetahui produk – produk terbaru dari Vanness Cell Ponsel.



2. © Bagi peneliti selanjutnya hendaknya lebih mengembangkan lagi faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga penelitian selanjutnya lebih dapat menjelaskan lagi faktor – faktor yang dapat memberikan mempengaruhi keputusan pembelian.
- Hak cipta milik UIN Suska Riau**
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**





## DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta dan Hak Milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Hak Cipta dan Hak Milik UIN Suska Riau
- A A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, (Surabaya :PT Bina Ilmu, 1997)
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Depok: Rajawali Pers, 2017)
- Arribal bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta: Khalifa, 2006), Cet 1
- Christina Ariande Sekar Sari, *Teknik Mengelola Produk Dan Merek Konsep Dan Aplikasi Pada Fast Moving Consumer Goods*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017)
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Pt Sygma Examedia Arkanleema, 1990)
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 1990)
- Didin Fatihudin dkk, *Pemasaran Jasa Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019)
- Ditami Astrika Putri, Skripsi, “*Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Handpone Android Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area*”, (Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan, 2017)
- Erik, Owner Ponsel Vanness Cell, Wawancara, Pekanbaru, 10 November 2019
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016)
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014)
- Gugup Krismono, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE YOGYAKARTA, 2010)
- Husein Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2006)
- Jaka Isgiyarta, *Dasar-Dasar Ekonomi Islami Menuju Sirathal Mustaqim*, (Yogyakarta:Ekonosia, 2012)
- Jaribal bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta : Khalifah, 2006), Cet 1
- Jon Carlos Wora, Skripsi: “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo*” (Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017)



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 merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
1. Suwatno, *Marketing Strategy Top Bran Indonesia*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007)
2. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018)
3. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018)
4. Suyanto, *Marketing strategy top brand Indonesia*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2007)
5. M. Taha Anggoro, dkk, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2008), Cet, Ke-9
6. Muri P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002)
7. Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010)
8. Muhammad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1
9. Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perpektif ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006)
10. Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontenporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013)
11. Nurul Hayah, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung DI Bank Syariah (Studi Kasus DI PT. BPRS Puduarta Insani)". Al-Tawassuh Vol. 2 No. 1, Jurnal.uinsu.ac.id. Akses pada tanggal 20 mei 2019 (Medan: Pasca Sarjana uin su)
12. Opservasi, Vanness Cell Ponsel, Pekanbaru, 13-11-2019
13. Paul W. Farris dkk, *Metrik Pemasaran* (Indonesia: PT Indeks, 2008)
14. Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I edisi ke-8, alih Bahasa Damos Sihombing*, (Jakarta: Erlangga, 2001)
15. Philip Kotler, *Marketing Esentials*, ( Jakarta :Erlangga) jilid 1
16. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008)
17. Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000)



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 merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
1. Ricky W.Griffin, Ronaldo J.Ebert, *Bisnis edisi kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2006)
2. Ridwan Dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Social , Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet. Ke-3
3. Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan strategi*, (Jakarta : Raja Grafindo Perasada, 1996)
4. Haryono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
5. Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013)
6. Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), Ed. 1
7. Susanto Herlambang, *Basic Marketing: Dasar-Dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014)
8. Syeikh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syekh Imam Al-Qurthubi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007)
9. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Graha Indonesia 2004) Edisi. 2
10. Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2014)
11. Vernando, Skripsi, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung”, (Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2018)
12. Victoriqueya, “Pengertian Studi Pustaka”, diakses dari <http://brainly.co.od> , pada tanggal 09 Juli 2020 pukul 13.15
13. Was'Id Abbas, *Kiat Sukses Binis Ponsel*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005)
14. Yeni, *Konsumen Vanness Cell Ponsel*, Wawancara, Pekanbaru, 10-11-2019
15. Yolanda M. Siagian, *Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta: Grasindo, 2005)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

## Lampiran 1 : Kuesioner

### KUISIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI VANNESS CELL PONSEL JALAN SOEKARNO HATTA DI TINJAU DARI EKONOMI SYARIAH

#### PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah setiap pertanyaan dibawah ini dengan benar dan teliti.
2. Berikan tanda ceklis (✓) pada setiap pernyataan yang anda pilih

Keterangan Jawabab:

Keterangan	Nilai
STS (Sangat Tidak Setuju)	1
TS (Tidak Setuju)	2
CS (Cukup Setuju)	3
S (Setuju)	4
SS (Sangat Setuju)	5

#### II. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama : .....
- b. Usia : .....
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
- d. Jenis Pekerjaan : .....



**Kuisiomer Pengaruh Kualitas 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 merugikan 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.

No	Pertanyaa	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya tertarik membeli produk <i>smartphone</i> yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak), dan sesuai yang saya harapkan.					
2	Saya membeli <i>Smartpohe</i> yang saya pilih karena kualitas produk yang di janjikan sesuai dengan manfaat yang saya butuhkan.					
3	Saya membeli <i>Smartpone</i> yang saya beli karena mampu memenuhi fungsi produk yang saya butuhkan.					
4	Saya membeli <i>Smartphone</i> yang saya pilih karena berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan varian produk, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.					

**Kuisiomer Harga**

No	Pertanyaa	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Penetapan akan suatu harga produk atau jasa memberikan manfaat yang cukup serta bagi konsumen.					
2	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang dirasakan oleh konsumen.					
3	Harga ditetapkan oleh suatu produk masih dapat dibeli atau dijangkau oleh konsumen (tidak mahal).					
4	Harga yang ditetapkan oleh produk tertentu dapat bersaing di pasaran dengan produk sejenis.					
5	Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas yang didapatkan konsumen.					



**Kuisisioner Keputusan Pembelian**

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

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya membeli <i>Smartphone</i> di Vanness Cell Ponsel karena adanya kebutuhan.					
2	Saya tertarik membeli <i>Smartphone</i> di Vanness Cell Ponsel karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (Kerabat atau teman).					
3	Saya yakin sudah mengambik keputusan yang tepat saat membeli <i>Smartphone</i> di Vanness Cell Ponsel.					
4	Saya melakukan pembelian <i>Smartphone</i> di Vanness Cell Ponsel setelah mengevaluasi beberapa alternative produk yang sejenis.					
5	Saya mencari informasi sebelum melakukan keputusan pembelian di Vanness Cell Ponsel.					
6	Informasi yang saya dapatkan memenuhi harapan saya.					
7	Saya membeli <i>Smartphone</i> di Vanness Cell Ponsel karena menarik dan menghemat biaya dan waktu karena terjangkau dari rumah.					
8	Saya melakukan pembelian <i>Smartphone</i> di Vanness Cell Ponsel karena merasa puas dengan produknya.					

## Lampiran 2 : Perhitungan Angket Kualitas Produk

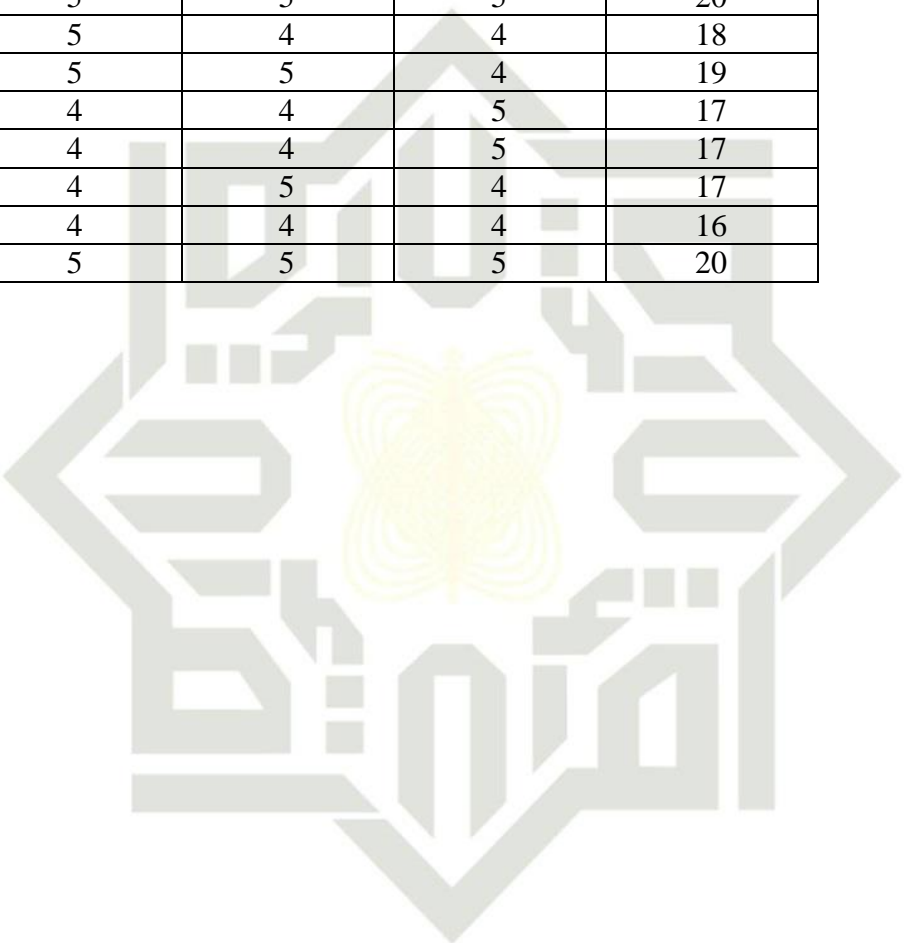
p1	p2	p3	p4	total x1
4	4	5	5	18
4	5	4	5	18
4	4	4	4	17
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
4	4	4	5	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19

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

5	4	5	19
4	4	4	16
5	4	5	18
4	4	4	17
5	5	5	20
5	4	4	18
5	5	5	20
4	4	4	17
5	5	5	20
5	4	4	18
5	5	4	19
4	4	5	17
4	4	5	17
4	4	4	17
4	4	4	16
5	5	5	20

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



### Lampiran 3 : Perhitungan Angket Variable Harga

	p6	p7	p8	p9	totalx2
	5	5	5	5	25
	5	4	5	4	22
	4	5	4	5	22
	5	4	5	4	22
	5	4	5	4	22
	4	4	4	4	20
	5	5	5	5	25
	4	4	4	4	20
	4	5	4	5	23
	5	4	5	5	24
	5	4	5	5	23
	4	4	5	5	23
	4	4	5	5	22
	4	5	5	4	22
	5	4	4	5	23
	5	5	5	5	25
	4	4	5	4	22
	5	4	4	5	22
	4	5	5	5	23
	5	5	5	5	25
	5	4	4	4	22
	4	4	4	4	20
	4	5	5	5	23
	4	4	4	4	20
	4	4	5	4	22
	5	5	4	5	23
	4	5	5	5	23
	5	4	4	4	22
	4	4	5	5	23
	5	4	4	4	22
	5	4	4	4	21
	4	5	5	5	23
	4	5	5	4	22
	4	4	4	5	21
	5	5	4	4	23
	5	5	5	5	25
	4	5	4	4	21
	5	4	4	4	21
	4	5	4	4	21
	5	5	5	5	24

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

4	4	4	4	21
5	5	4	4	23
5	5	5	5	25
5	4	4	5	23
4	5	5	4	22
4	5	5	4	22
5	5	4	4	22
5	5	5	4	23
4	4	4	4	20
5	5	5	5	25
4	5	5	4	22
4	4	5	5	23
5	5	5	5	25
5	4	4	5	23
4	5	5	4	22
5	5	4	4	22

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

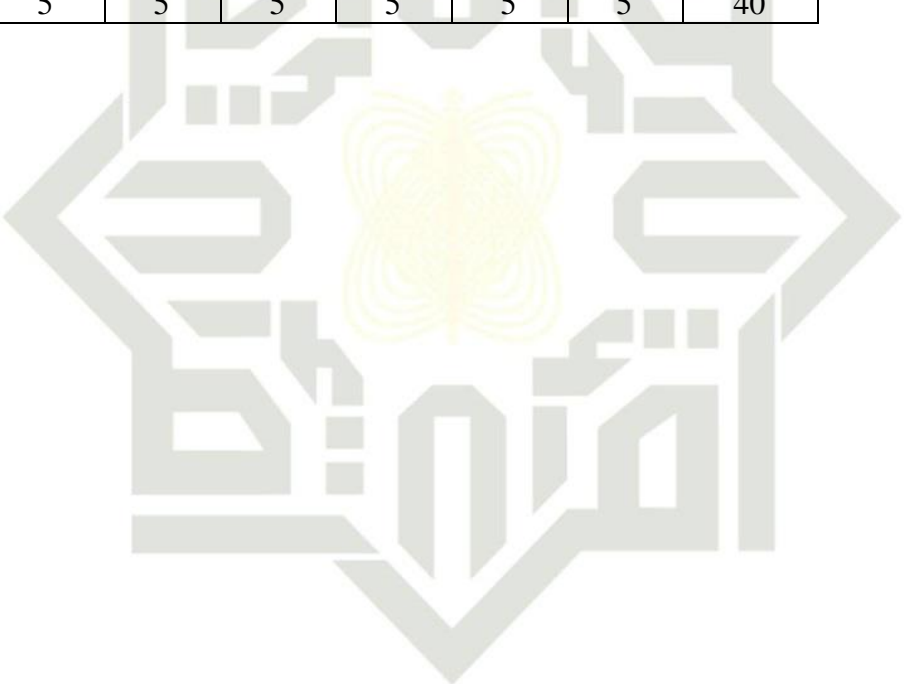
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

#### Lampiran 4 : Perhitungan Angket Keputusan Pembelian

	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	total y
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	4	5	4	4	4	36
4	4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	4	4	4	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	5	5	5	4	5	5	4	5	38
5	4	4	4	4	5	4	5	4	35
4	4	5	5	5	4	5	4	5	37
4	4	4	4	5	5	5	4	4	35
5	5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	5	5	5	4	4	4	4	4	35
5	4	4	4	5	5	4	5	4	36
5	4	4	4	4	5	4	5	5	36
5	4	4	4	4	4	4	5	4	34
5	4	4	4	4	4	4	5	4	34
5	4	4	4	4	4	4	5	4	34
4	4	5	5	4	4	5	4	4	35
4	4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	5	5	5	4	4	5	4	36
4	4	5	5	4	4	4	5	5	36
4	4	5	5	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	5	4	4	4	5	34
5	4	4	4	4	4	5	5	5	36
4	4	5	5	5	4	4	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	4	5	5	4	4	5	5	4	36
5	4	4	4	4	4	4	5	5	35
5	4	4	4	4	5	4	5	5	36
5	5	5	5	5	4	4	5	4	37
5	4	4	4	4	5	4	5	4	35
5	5	5	5	5	4	4	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32

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

5	4	4	4	4	4	4	4	4	33
4	5	5	5	4	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	4	4	4	5	36
4	5	5	5	4	5	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	5	5	5	37
5	4	4	4	5	5	4	4	5	36
5	4	4	4	5	5	4	4	5	36
4	4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	5	5	5	4	5	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40



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

## Lampiran 5 : Uji Instrumen Penelitian

### Uji Validitas Dan Reliabilitas

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

**Correlations**

		p1	p2	p3	p4	totalx1
p1	Pearson Correlation	1	.475**	.125	.248	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.354	.063	.000
	N	57	57	57	57	57
p2	Pearson Correlation	.475**	1	.140	.192	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.299	.152	.000
	N	57	57	57	57	57
p3	Pearson Correlation	.125	.140	1	.020	.512**
	Sig. (2-tailed)	.354	.299		.883	.000
	N	57	57	57	57	57
p4	Pearson Correlation	.248	.192	.020	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.063	.152	.883		.000
	N	57	57	57	57	57
totalx1	Pearson Correlation	.721**	.715**	.512**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	57	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	57	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	5

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

### Correlations

		p5	p6	p7	p8	p9	totalx2
p5	Pearson Correlation	1	.313*	-.091	-.042	.365**	.557**
	Sig. (2-tailed)		.018	.503	.754	.005	.000
	N	57	57	57	57	57	57
p6	Pearson Correlation	.313*	1	-.016	.010	.093	.505**
	Sig. (2-tailed)	.018		.906	.942	.492	.000
	N	57	57	57	57	57	57
p7	Pearson Correlation	-.091	-.016	1	.266*	.122	.465**
	Sig. (2-tailed)	.503	.906		.046	.366	.000
	N	57	57	57	57	57	57
p8	Pearson Correlation	-.042	.010	.266*	1	.304*	.556**
	Sig. (2-tailed)	.754	.942	.046		.021	.000
	N	57	57	57	57	57	57
p9	Pearson Correlation	.365**	.093	.122	.304*	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.005	.492	.366	.021		.000
	N	57	57	57	57	57	57
totalx2	Pearson Correlation	.557**	.505**	.465**	.556**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57	57

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

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	57	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	57	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	6

**Correlations**

		p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	Totally
p10	Pearson Correlation	1	-.053	.053	.050	.334*	.016	.370**	.052	.469**
	Sig. (2-tailed)		.696	.696	.713	.011	.906	.005	.702	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
p11	Pearson Correlation	-.053	1	-.228	.357**	-.091	.298*	.086	.192	.397**
	Sig. (2-tailed)	.696		.088	.006	.503	.024	.525	.152	.002
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
p12	Pearson Correlation	.053	-.228	1	-.050	.373**	.054	.198	.159	.404**
	Sig. (2-tailed)	.696	.088		.713	.004	.688	.139	.237	.002
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
p13	Pearson Correlation	.050	.357**	-.050	1	.042	.096	.143	.226	.461**
	Sig. (2-tailed)	.713	.006	.713		.756	.478	.288	.090	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
p14	Pearson Correlation	.334*	-.091	.373**	.042	1	.184	.034	.224	.541**
	Sig. (2-tailed)	.011	.503	.004	.756		.170	.802	.095	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
p15	Pearson Correlation	.016	.298*	.054	.096	.184	1	.004	.401**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.906	.024	.688	.478	.170		.978	.002	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
p16	Pearson Correlation	.370**	.086	.198	.143	.034	.004	1	.116	.500**
	Sig. (2-tailed)	.005	.525	.139	.288	.802	.978		.390	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
p17	Pearson Correlation	.052	.192	.159	.226	.224	.401**	.116	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.702	.152	.237	.090	.095	.002	.390		.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Totally	Pearson Correlation	.469**	.397**	.404**	.461**	.541**	.529**	.500**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57

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

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

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

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

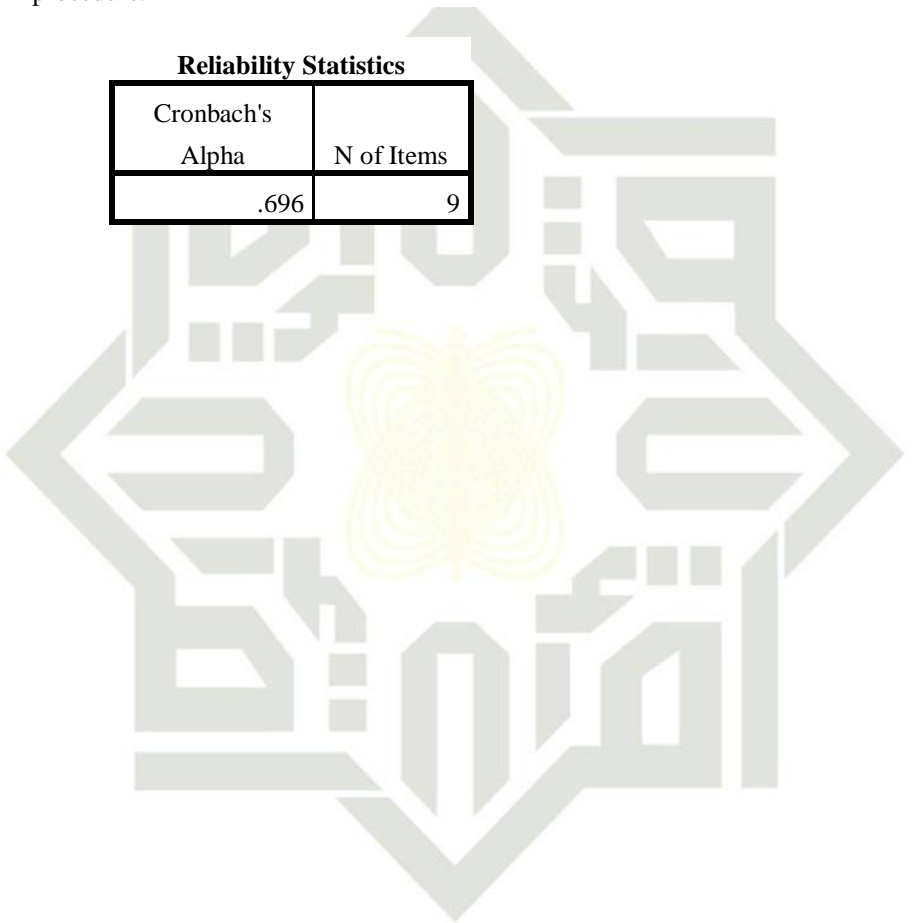
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	57	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	57	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	9



## Lampiran 6 : Pengujian Hipotesis Penelitian

### Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.339	4.943		5.733	.000
	totalx1	.562	.201	.362	2.804	.007
	totalx2	-.124	.180	-.089	-.689	.494

a. Dependent Variable: totally

### 2. Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.339	4.943		5.733	.000
	totalx1	.562	.201	.362	2.804	.007
	totalx2	-.124	.180	-.089	-.689	.494

a. Dependent Variable: totally

### 3. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.072	2	13.536	3.955	.025 <sup>b</sup>
	Residual	184.823	54	3.423		
	Total	211.895	56			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), totalx2, totalx1

### 4. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.357 <sup>a</sup>	.128	.095	1.850	1.616

a. Predictors: (Constant), totalx2, totalx1

b. Dependent Variable: totally

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

## Lampiran 7 :

### DOKUMENTASI

#### Pemberian Angket kepada Konsumen



#### Aktifitas di Vanness Cell Ponsel



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

Foto Vanness Cell Ponsel



Sebagian Produk Yang Di Jual Di Vanness Cell Ponsel



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

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

### PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau Dari Ekonomi Syariah" yang ditulis oleh :

Nama : Lia Lestari  
NIM : 11625204268  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :  
Hari / Tanggal : Selasa, 30 Juni 2020  
Waktu : 13.00 WIB

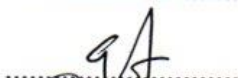
Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 08 Juli 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

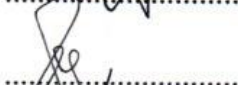
Ketua  
**Dr. Drs. H. Hajar, M,Ag**



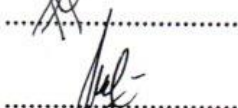
Sekretaris  
**Basir, S.HI.,MH**



Penguji I  
**Kamiruddin, M.Ag**



Penguji II  
**Dr. Junaidi Lubi, M.Ag**



Mengetahui,  
Kepala Bagian Tata Usaha  
Fakultas Syariah dan Hukum



**Jalinus, S.Ag**

NIP. 19750801 200701 1 023



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



## JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

### Journal For Islamic Law

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

#### SURAT KETERANGAN

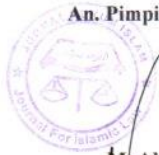
Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : LIA LESTARI  
 NIM : 11625204268  
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH  
 Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
 KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI VANNESS CELL  
 PONSEL JALAN SOEKARNO HATTA DITINJAU DARI  
 EKONOMI SYARIAH  
 Pembimbing : Dr. Jenita. SE., MM

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

Pekanbaru, 24 Juli 2020

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL  
 NIP. 198804302019031010



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

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

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

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

Proposal dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau dari Ekonomi Syariah, ditulis oleh saudara :

Nama	: Lia Lestari
NIM	: 11625204268
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada	: 19 Desember 2019
Hari / Tanggal	: Kamis, 19 Desember 2019
Narasumber	: Dr. H. Heri Sunandar, M.cI

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

Pekanbaru, 19 Desember 2019

Kepala Bagian Tata Usaha  
Fakultas Syariah dan Hukum

Erni, S. Sos, MM  
NIP. 196802261991032002

Narasumber

Dr. H. Heri Sunandar, M.cI  
NIP. 196608031993031004

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

## SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/357/2020

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

Nama : LIA LESTARI  
N I M : 11625204268  
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

## **UJIAN KOMPREHENSIF**

Yang diselenggarakan pada tanggal : 31 DESEMBER 2019

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 14 Januari 2020  
Dekan,



DR. Drs. H. Hajar, M. Ag  
NIP 195807121986031005

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 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 merugikan 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.

### Surat Pernyataan Selesai Meneliti

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama : Lia Lestari  
Nim : 11625204268  
Tempat / Tanggal Lahir : Kubang, 19 Desember 1997  
Program Studi / Jurusan : Ekonomi Syariah  
Semester : 8 (Delapan)  
No. Hp : 00822-8574-7731  
Alamat : Dusun 1 Sialang Indah, Rt/Rw 001/002, Desa Kubang Jaya

Dengan Ini Menyatakan Bahwa, Saya Benar Telah Selesai Meneliti / Melaksanakan

Riset Pada : 27 Desember 2019 – 27 Maret 2020

Nama Tempat Penelitian : Vanness Cell Ponsel

Alamat : Jl Soekarno-Hatta, Kubang Jaya, Kec. Siak Hulu, Kabupaten Kampar, Riau.

Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau Dari Ekonomi Syariah"

Waktu Penelitian : 14.00 – 17.00 Wib

Dengan Ini Saya Buat Sebenarnya, Dan Apabila Dikemudian Hari Saya Terbukti Melakukan Pembohongan / Penipuan Terhadap Pernyataan Saya Ini, Maka Saya Siap Menerima Segala Resiko.

Pekanbaru, 27 Maret 2020

Yang Menyatakan





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كآبة الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampar - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN**

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1. N A M A                         | : Lia Lestari  |
| 2. NOMOR MAHASISWA                 | : 11625204268  |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN           | : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone oleh Konsumen di Vannes Cell Ponsel Jl. Soekarno Hatta di Tinjau dari Ekonomi Syariah |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan          | : Kamis / 19 Desember 2019   |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah | :  |
| a. Judul                           | : <del>Disetujui / Ditolak / Disempurnakan</del>   |
| b. Latar Belakang Masalah          | : <del>Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan</del>   |
| c. Permasalahan                    | : <del>Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan Kembali Agar Menjadi Jelas</del>   |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian  | : <del>Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan</del>  |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada)    | : <del>Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan</del>  |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada)    | : <del>Cukup Tajam / Perlu Dipertajam</del>  |
| g. Metode Penelitian               | : <del>Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan</del>   |
| h. Daftar Pustaka                  | : <del>Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti</del>   |

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

PARASUMBER

Dr. H. Heri Sunandar, M.cI

Catatan :  
Perubahan Judul dalam Seminar  
Dikonsultasikan dengan WD I

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 mengemukakan dan memperbanyak 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 SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/10298/2019  
Sifat : Penting  
Lamp. : -  
Hal : *Pembimbing Skripsi*

Pekanbaru, 27 Desember 2019

Kepada  
Yth. Dr. Jenita, SE., MM  
Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

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

Nama : Lia Lestari  
NIM : 11625204268  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai bahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau dari Ekonomi Syariah"

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Drs. Heri Sunandar, MEd  
NIP. 19660803 199303 1 004

Tembusan:  
Dekan Fakultas Syari'ah 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 merugikan 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

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. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/10296/2019  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 27 Desember 2019

Kepada  
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

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

Nama : Lia Lestari  
NIM : 11625204268  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VII (Tujuh)  
Lokasi : Vanness Cell Ponsel Jl. Soekarno Hatta Kubang jaya

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
:Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di  
Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau dari Ekonomi Syariah

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

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor  
Dekan  
  
Drs. H. Hajar., M.Ag  
0580712 198603 1005

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



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

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

Kode Pos : 28126

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/29302  
 TENTANG



032010

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

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/10296/2019 Tanggal 27 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

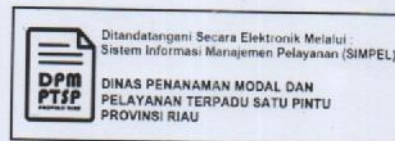
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : LIA LESTARI  |
| 2. NIM / KTP         | : 11625204268  |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OLEH KONSUMEN DI VANNESS CELL PONSEL JALAN SOEKARNO HATTA DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : VANNESS CELL PONSEL JALAN SOEKARNO HATTA   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 2 Januari 2020



**Tembusan :**

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pemilik Vanness Cell Ponsel Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

tan Syarif Kasim 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Lia Lestari**, lahir di Kubang pada 19 Desember 1997, anak pertama dari 1 bersaudara, buah kasih pasangan dari ayahanda “**Surono**” dan ibunda “**Murni**”. Penulis pertama kali menempuh pendidikan pada umur 7 tahun di Sekolah Dasar (SD) Pada **SDN 008 Kubang Jaya, Siak Hulu** tahun 2004, dan selesai pada tahun 2010, kemudian melanjutkan ke **SMPN 1 Siak Hulu, Kubang Jaya**, dan selesai pada tahun 2013 dan melanjutkan jenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) pada **SMAN 2 Siak Hulu, Kubang Jaya**, dan selesai pada tahun 2016.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S1 di **Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau** mengambil Jurusan Ekonomi Syariah dan lulus pada tahun 2020 Dengan Judul Skripsi “**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Vanness Cell Ponsel Jalan Soekarno Hatta Ditinjau Dari Ekonomi Syariah**” Dengan Menyandang Gelar **Sarjana Ekonomi (SE)**

- Hak Cipta Di**
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.