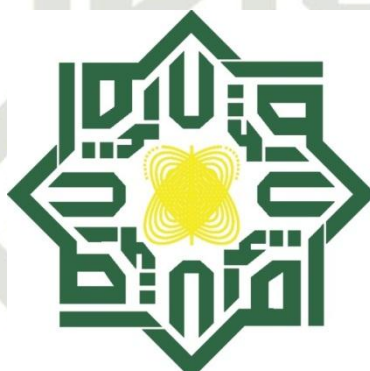




UIN SUSKA RIAU

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PAKAIAN IMPOR
SECOND DI PASAR JONGKOK (PJ) TEMBILAHAN
KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**NOVITA SARI
NIM. 11625203952**

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

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

Hak Cipta milik 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 KONSUMEN PAKAIAN IMPOR
SECOND DI PASAR JONGKOK (PJ) TEMBILAHAN
KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada
Program Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Fakultas Syariah Dan Hukum
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau*



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**NOVITA SARI
NIM. 11625203952**

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

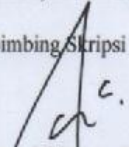
Skripsi dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PAKAIAN IMPOR SECOND DI PASAR JONGKOK (PJ) TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**" yang ditulis oleh:

Nama : Novita Sari
Nim : 11625203952
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, 21 Juli 2020

Pembimbing Skripsi


Dr. Anyrul Muzan, SHi, M.Ag
NIP. 19770227200312 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (Pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam” yang ditulis oleh:

Nama : NOVITA SARI
 NIM : 11625203952
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Jum'at, 7 Agustus 2020
 Waktu : 08.00 WIB s/d Selesai
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 18 Agustus 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Heri Sunandar, MCL.

Sekretaris
Mutasir, S.HI., M.Sy

Penguji I
Dr. H. Zul Ikromi, Lc., MA

Penguji II
Dr. H. Helmi Basri, Lc., MA

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712 1986031 005



ABSTRAK

Novita Sari (2020): “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam ”

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena yang ada dimana kualitas produk dan harga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena hal tersebut sebagai dasar untuk memutuskan antara membeli atau tidak sebuah produk yang ditawarkan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor *second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan dan tinjauan perspektif Ekonomi Islam terhadap kualitas produk dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Jongkok (PJ) yang berlokasi di Jl. Sultan Syarif Kasim, Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 37 responden yang diambil berdasarkan Rumus *Slovin* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara, Angket, dan Dokumentasi. Selanjutnya, penulis menganalisa data menggunakan kuantitatif dengan menggunakan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Dari penelitian ini, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 0,791 + 0,234X_1 + 0,534X_2$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan uji t dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar $2,123 > t_{tabel}$ 2,032 dengan nilai sig sebesar 0,041. Harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar $2,526 > t_{tabel}$ 2,032 dengan nilai sig 0,016. Sedangkan, berdasarkan hasil uji F, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor *second*. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai sig = $0,000 < 0,05$. Untuk uji Koefisien Determinasi (R^2) hasil pengolahan data sebesar 0,415. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah 41,5% dan sisanya 58,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai R sebesar 0,644, maka kesimpulannya adalah bahwa korelasi antara variabel (kualitas produk dan harga) dengan variabel (keputusan pembelian) memiliki hubungan yang kuat.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, keputusan pembelian pakaian impor *second* konsumen di Pasar Jongkok Tembilahan telah memenuhi syariat konsumsi Islam yaitu jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal, barang yang dikonsumsi lebih memberikan manfaat daripada merugikan, dan kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan Baginda Nabi Muhammad SAW yang memberi petunjuk ke jalan yang benar yang penuh rahmat dan kebaikan yaitu Islam Rahmatan Lil'alamin bagi kita semua.

Penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (Pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** 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 dari dukungan dan do'a-do'a dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun secara tidak langsung, untuk itu melalui karya ilmiah ini penulis sampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Ayahanda (Alm) Toni yang mendidik, memberi dukungan, dan menemani penulis sampai pada semester 7 serta Ibunda Fitria yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan selalu memberikan dukungan pengganti kan Ayahanda kepada penulis.

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



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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahiddin, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta wakil Rektor I, II, dan III.

Yang terhormat Bapak Dr. Drs H.Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Heri Sunandar, M.CL selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Magfirah, M.A selaku Wakil Dekan III.

Bapak Dr. Syahpawi, M.Ag dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc,Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.

Bapak Dr. Amrul Muzan, SHI, M.A, sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah sedia meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan sekaligus sebagai dosen Penasihat Akademik (PA).

Terimakasih kepada Ibu Yuli selaku pedagang pakaian impor *second* di Pasar Jongkok yang telah mengizinkan, memberi data dan informasi kepada penulis, dan telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam pengumpulan data selama penulisan skripsi.

Terimakasih kepada saudara kandung penulis yaitu, Adik M.Indra Saputra dan Kamila Nur Safitri.

Nenek penulis yaitu, Astalia, serta Adik sepupu M.Risky, Salma Zahra, dan M.Naufal Afkar.

Terimakasih kepada teman masa SMA Indah Ratna Sari dan Jenny Maurita Utama Sari, serta M.Niko Juliano yang telah bersedia mendengarkan keluh



- 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.

kesah dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.

Terimakasih kepada teman terbaik dikampus, Atiqah Marzuqoh Qathrunnada, Annaya Alfatihah, Dahayu, Dwi Ovi Anggraini, Ety Yulianti, Jeni Mailia, Lia Lestari, Sarah Hazari, Rika Susi Susanti, dan Lela Sari yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis.

13. Terimakasih kepada seluruh Kawan-kawan Ekonomi Syariah D Angkatan 2016 yang telah bersama penulis dari awal semester hingga akhir semester, dan memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga segala kebaikan dan kerjasama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan Rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT, dan senantiasa mendapat rahmat dan hidayah-Nya.

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

Pekanbaru, 14 Juli 2020

UIN SUSKA RIAU

NOVITA SARI

11625203952



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
E. Metode Penelitian.....	12
F. Jenis Penelitian.....	14
G. Teknik Analisis Data.....	15
H. Kerangka Pemikiran.....	20
I. Hipotesis Penelitian.....	20
J. Definisi Operasional.....	21
K. Penelitian Terdahulu.....	22
L. Sistematika Penelitian.....	24
BAB II	26
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	26
A. Profil Kabupaten Indragiri Hilir.....	26
B. Deskripsi Kecamatan Tembilahan.....	27
C. Sejarah Singkat Pasar Jongkok Tembilahan.....	28
BAB III	30
LANDASAN TEORI	30
A. Pemasaran.....	30
B. Perilaku Konsumen.....	32
C. Kualitas Produk.....	34
D. Harga.....	40

Hak cipta dilindungi undang-undang

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

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



- 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.

E. Keputusan Pembelian.....	43
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian.....	56
B. Karakteristik Responden.....	56
C. Statistik Deskriptif.....	60
D. Analisis Variabel Penelitian.....	61
E. Uji Instrumen Penelitian.....	74
F. Uji Asumsi Klasik.....	76
G. Uji Hipotesis Penelitian.....	82
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
I. Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor <i>Second</i> di Pasar Jongkok Tembilahan.....	90
BAB V	95
KESIMPULAN DAN SARAN	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	

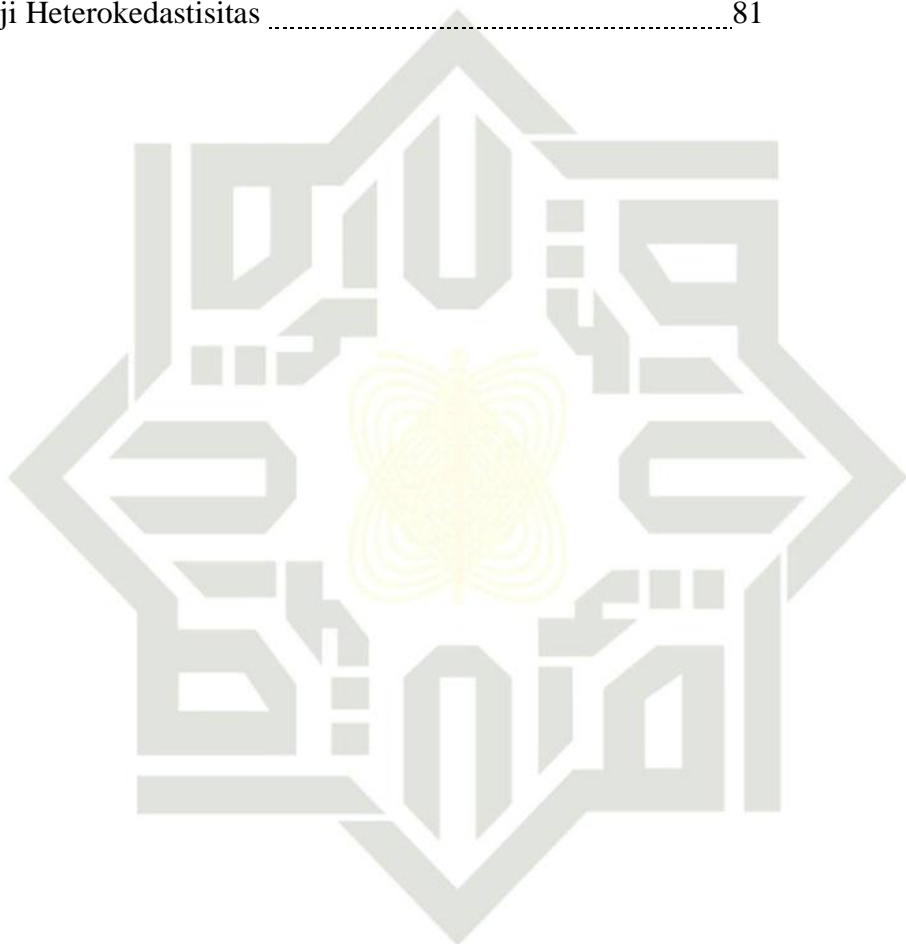
Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 : Pasar-pasar Pakaian Bekas Di Tembilahan.....	6
TABEL 1.2 : Definisi Operasional Variabel.....	21
TABEL 1.3 : Penelitian Terdahulu.....	22
TABEL 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
TABEL 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	57
TABEL 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
TABEL 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
TABEL 4.5 : Deskriptif Statistik.....	60
TABEL 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Kualitas Produk.....	61
TABEL 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	67
TABEL 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	71
TABEL 4.9 : Hasil Uji Validitas Variabel X1 Pengaruh Kualitas Produk.....	74
TABEL 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas.....	76
TABEL 4.11 : Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	77
TABEL 4.12 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
TABEL 4.13 : Hasil Uji Autokorelasi.....	80
TABEL 4.14 : Hasil Uji Linear Berganda.....	83
TABEL 4.15 : Hasil Uji T.....	85
TABEL 4.16 : Hasil Uji F.....	86
TABEL 4.17 : Koefisien Determinan.....	87

DAFTAR GAMBAR

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:		
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.		
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.		
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.		
	DAFTAR GAMBAR	
	GAMBAR 1.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian	20
	GAMBAR 3.1 : Proses Keputusan Pembelian	45
	GAMBAR 4.1 : Uji Histogram	78
	GAMBAR 4.2 : Uji Garis P-Plot	78
	GAMBAR 4.3 : Uji Heterokedastisitas	81



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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara mendasar kebutuhan pokok manusia terdiri dari kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Kebutuhan ini disebut pula sebagai kebutuhan dasar primer.¹ Manusia akan selalu dihadapkan pada persoalan kebutuhan hidup, baik itu kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Pemenuhan kebutuhan hidup selalu dikaitkan pada persoalan pengorbanan atau yang kita kenal dengan biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan. Dari usaha tersebut tentu akan kita ketahui perilaku manusia saat dihadapkan pada persoalan kebutuhan hidupnya. Pada saat ini, suatu usaha manusia didalam memenuhi kebutuhannya dikenal istilah perilaku konsumen.²

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa. Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian.³ Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk dan jasa, tentu sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari model,

¹ Badrudin, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 193

² Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Bogor: Kencana, 2013), Cet 5, hlm. 23

³ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 2



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.

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.⁴

Sedangkan menurut Kotler mengatakan bahwa harga yaitu sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Menurut Alma bahwa harga adalah nilai suatu jasa yang dinyatakan dengan uang. Berdasarkan pendapat dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah merupakan alat tukar untuk mengukur suatu nilai uang yang terkandung dalam suatu barang atau jasa, sedangkan yang dipakai sebagai alat pengukur adalah uang.⁵

Ibnu Taimiyah mengenai ketentuan harga ada dua hal yang sering dibahasnya, yaitu kompensasi yang setara/adil (*'iwadal-mitsl*) dan harga yang setara/adil (*thaman al mitsl*). Kompensasi yang adil adalah penggantian sepadan yang merupakan nilai harga yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, disinilah esensi keadilan. Harga yang adil adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima

⁴ M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2

⁵ Didin Fatihudin, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 50



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.

secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu atau pun barang-barang yang sejenis lainnya ditempat dan waktu tertentu.⁶

Berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *masalahah (public interest or general human good)* atas kebutuhan dan kewajiban. Sementara itu Yusuf Qardhawi menyebutkan beberapa variabel moral dalam mengonsumsi, diantaranya; konsumsi atas alasan dan pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran. Dengan demikian aktifitas konsumsi merupakan salah satu aktifitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan akherat (*falah*), baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal shaleh bagi sesamanya. Sedangkan pada perspektif konvensional, aktifitas konsumsi sangat erat kaitannya dengan maksimalisasi kepuasan (*utility*).

Muhammad Muflih menjelaskan tentang konsumsi dalam Islam bahwa perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap

⁶ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. (Yogyakarta : BPFE, 2014), Cet 1, hlm. 229



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

1. Terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.⁷

Motif pembelian dalam pendekatan syariah perlu memperhatikan QS. Al-Furqan ayat 67 sebagai berikut :⁸

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.*⁹ (Q.S Al-Furqan : 67)

Kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik¹⁰. Difirmankan dalam Alquran surat Al Baqarah 168-169, yaitu :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ (١٦٨) إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ (١٦٩)

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.”*“Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan

⁷ Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prodi Perbankan Syariah STIA Alma Ata Yogyakarta, 2016), hlm. 51

⁸ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 129

⁹ Kementerian Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, (Banjarsari: Abyan, 2017), hlm. 365

¹⁰ Buchari Alma, *Op.Cit*, hlm. 52



- 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.

mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui”.
¹¹(Q.S Al-Baqarah : 168-169)

Batasan konsumsi dalam Islam sebagaimana diurai dalam Alquran surat

Maidah ayat 87, yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرُمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: “ *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas*”.¹² (QS. Al Maidah: 87)

Prinsip utama dalam Sistem Ekonomi Islam yang diisyaratkan dalam Al

Qur’an: Hidup hemat dan tidak bermewah-mewah, bermakna juga bahwa tindakan-tindakan ekonomi hanyalah sekedar untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan memuaskan keinginan (*wants*). Perilaku konsumen muslim dalam memilih barang yang akan dikonsumsi sangat ditentukan oleh kandungan berkah yang ada dalam produk tersebut dan bukan masalah harga.¹³

Saat ini pengaruh-pengaruh budaya luar mudah masuk dan ikut mewarnai kehidupan individu. Setiap individu menginginkan suatu kehidupan yang stabil dan bernilai tinggi demi penghargaan dan penghormatan baik dari dalam diri sendiri maupun dari orang lain. Keinginan berbelanja merupakan bangkitnya budaya konsumen yang dicirikan dengan peningkatan budaya hidup (*life style*).

¹¹ Kementerian Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 25

¹² Kementerian Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 122

¹³ Buchari Alma, *Op.Cit*, hlm. 53



- 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.

Pakaian bekas merupakan salah satu target konsumen untuk mendapat *style* yang berbeda dengan yang lain, karena kebanyakan pakaian bekas mempunyai merk ternama di luar negeri dan model pakaian yang tidak pasaran. Jenis lain pakaian bekas ini tidak terlalu mahal sehingga dapat menghemat pengeluaran. Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah dipakai sebelumnya. Jenis pakaian bekas tersebut antara lain: pakaian anak (jaket), pakaian wanita (baju hangat, dress, rok, atasan, hot pants, celana pendek), dan pakaian pria (jaket, celana panjang, celana pendek, kemeja, t-shirt, kaos, sweater, boxer hingga celana dalam). Dan pakaian bekas ini di impor dari luar negeri, yaitu seperti Singapura, Malaysia, dan Korea.¹⁴

Tempat perdagangan Pasar Jongkok (PJ) di Tembilahan beberapa kali mengalami perpindahan lokasi. Awalnya PJ berlokasi di bantaran sungai Indragiri berdekatan dengan dermaga transportasi sungai yang oleh masyarakat Tembilahan disebut "tepi laut". Kemudian sekarang berkembang menjadi ke beberapa tempat, yakni:

Tabel 1.1

Pasar-Pasar Pakaian Bekas di Tembilahan

No	Nama Pasar	Alamat
1	Pasar Dayang Suri	Jalan Sudirman
2	Pasar Umbut Kelapa (Pasar Kayu Jati)	Jalan Kayu Jati

¹⁴ Ayu Andira, Skripsi: “*Sinergritas Pengawasan Instansi Pusat dan Daerah Terhadap Larangan Impor Pakaian Bekas di Kabupaten Indragiri Hilir*”, (Pekanbaru: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2016), hlm. 2



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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang	3	Pasar Pagi	Jalan Telaga Biru
	4	Pasar Jongkok	Jalan Sultan Syarif Kasim

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indragiri Hilir, 2016

Pasar Jongkok (PJ) yang terdapat di Tembilahan begitu diminati oleh masyarakat, baik itu masyarakat Tembilahan maupun masyarakat dari luar Tembilahan. Mengapa orang lebih memilih membeli pakaian atau barang bekas di pasar jongkok dibandingkan toko-toko yang menjual pakaian yang masih baru, padahal disekitar pasar jongkok itu ada Plaza dan toko-toko yang menjual pakaian dengan kualitas yang bagus dan masih baru tidak berupa pakaian atau barang bekas. Ini ada beberapa hal yang membuat pakaian bekas begitu diminati oleh masyarakat, yakni:

1. Kualitas. Rata-rata pakaian bekas impor dalam kondisi yang sangat bagus.
2. Model pakaian bekas masih merupakan model terbaru.
3. Harga pakaian bekas impor sangat miring.
4. Kebutuhan baju berkualitas dengan harga miring.
5. Merek luar yang terkenal dengan harga miring.¹⁵

Pasar Jongkok berlokasi di Jalan Sultan Syarif Kasim, Kelurahan Tembilahan Kota, Kecamatan Tembilahan Kota. Pasar Jongkok ini menjadi salah satu sumber pendapatan bagi pedagang dan masyarakat di lingkungan setempat

¹⁵ Robi Aditya. Skripsi: "Implementasi Peraturan Kementerian Perdagangan Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas (Studi Kasus di Tembilahan)". (Pekanbaru: Ilmu Administrasi FISIPOL Universitas Riau, 2017), hlm. 4



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.

yang pada awalnya pasar ini sepi pengunjung dan pedagang berangsur-angsur datang dan padat oleh pengunjung sehingga tumbuh menjadi salah satu pasar yang sangat diminati oleh masyarakat untuk mencari segala kebutuhannya dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam segi fashion.

Pasar ini sama dengan pasar lainnya yang ada di Tembilahan namun yang membedakan disini adalah bukannya hanya pada malam hari terhitung dari pukul 16:00 WIB - 23:00 WIB, waktu yang cukup singkat bagi para pedagang jika kita bandingkan dengan pasar tradisional lainnya, seperti pasar pagi tembilahan, pasar rakyat, pasar terapung dan pasar yang lain yang bisa menikmati waktu yang cukup untuk buka usahanya. Pasar Jongkok ini sangat strategis untuk masyarakat Tembilahan khususnya yang tinggal di daerah pasar jongkok tersebut, dan pengunjung pasar ini semua masyarakat mulai dari yang ekonominya di bawah rata-rata dan yang menengah ke atas. Di daerah Tembilahan pasar jongkok merupakan pasar yang cukup banyak diminati oleh konsumen, tidak hanya orang Tembilahan saja yang sering berbelanja di pasar jongkok tetapi banyak juga pengunjung dari kota lain.

Para pengunjung memilih Pasar Jongkok sebagai tempat berbelanja dikarenakan adanya penjual pakaian bekas yang memiliki kualitas barang berasal dari produk luar negeri dan sudah memiliki brand ternama yaitu, Supreme, Stussy, Dickies, Crocodile, dan yang pasti original, seperti yang dijual oleh Khairul Akbar salah satu pedagang pakaian.¹⁶

¹⁶ Khairul Akbar (Pedagang Pakaian), *Wawancara*, (Tembilahan: 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.

Rata-rata pakaian bekas impor dalam kondisi yang bagus, bahannya adem, modelnya bervariasi dan tidak pasaran. Berdasarkan wawancara penulis kepada salah satu konsumen, mengakui bahwasanya kualitas pakaian bekas inilah yang membuatnya tertarik berbelanja di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan.

Selain berkualitas, yang menjadi daya tarik konsumen adalah harga pakaian bekas yang sangat miring, biasanya untuk satu buah kemeja baru bermerk terkenal jika kita membeli di Toko, Distro, atau di Mall harganya bisa mencapai Rp 200.000- Rp 300.000, jika membeli pakaian bekas anda bisa mendapatkan kemeja dengan model dan merk yang sama dengan harga Rp 30.000- Rp 60.000.¹⁷

Pada tahun 2015, Kementerian Perdagangan menghimbau masyarakat untuk tidak membeli pakaian impor *second* dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015. Peraturan ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari penyakit dan bakteri yang terbawa di pakaian-pakaian tersebut. Dari hasil uji laboratorium, Kementerian Perdagangan mendapati berbagai bakteri yang bisa membuat kulit gatal-gatal sampai terkena penyakit saluran kelamin. Seluruh pakaian bekas positif mengandung bakteri *E. coli* dan *S. aureus*. Bahkan pakaian bekas juga mengandung jenis jamur Kapang dan Kamir.

Dengan adanya ancaman bakteri, jamur kapang dan kamir yang terdapat pada pakaian bekas tersebut, pemerintah mengharapkan tidak ada lagi masyarakat yang membeli pakaian bekas. Namun hal ini bertolak belakang dengan yang terjadi di Tembilahan, bisnis pakaian bekas di Tembilahan begitu sulit untuk

¹⁷ Indah Ratna Sari, *Wawancara*, (Tembilahan: 10 November 2019)



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.

hentikan. Hal itu disebabkan karena bisnis pakaian bekas di Tembilahan telah berkembang menjadi satu sektor perekonomian yang menjadi tulang punggung masyarakat dengan tingkat ekonomi lemah. Selain itu secara resmi berada di Pasar Dayang Suri, Pasar Umbut Kelapa, Pasar Pagi, dan juga Pasar Jongkok (PJ) yang menjual pakaian bekas impor itu telah menjadi salah satu objek belanja oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir. Selain itu, pedagang pakaian bekas belum pernah menemukan konsumennya yang mengeluh penyakit yang disebabkan oleh pakaian bekas yang mereka beli atau gunakan sebab pakaian bekas yang konsumen beli terlebih dahulu direndam dengan air yang mendidih selama 30 menit guna membunuh kuman sebelum dicuci dengan deterjen.¹⁸

Jadi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut kedalam bentuk tulisan ilmiah dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor *Second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Dengan demikian penulis hanya meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor *Second* di Pasar

¹⁸ Robi Aditya, *Op. Cit*, hlm. 5



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

Jongkok (PJ) Tembilihan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor *Second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilihan Kabupaten Indragiri Hilir ?
2. Bagaimana tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor *Second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilihan Kabupaten Indragiri Hilir ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen Pakaian Impor *Second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilihan Kabupaten Indragiri Hilir.
- b. Untuk mengetahui tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor *Sescond* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilihan Kabupaten Indragiri Hilir.



- 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. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan S1 pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau dalam bidang Ekonomi Syariah
- b. Sebagai bahan kajian, rujukan dan perbandingan sekaligus menambah kanzah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi.
- c. Menambah wawasan bagi penulis dan mengetahui, membahas serta menetapkan hukum terhadap suatu fakta/kenyataan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Lokasi ini dipilih dikarenakan adanya penjual pakaian bekas yang memiliki kualitas barang berasal dari produk luar negeri dan sudah memiliki brand ternama. Selain berkualitas dan bermerek, pakaian bekas yang dijual di Pasar Jongkok juga memiliki harga yang murah dan terjangkau.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan pada konsumen di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Adapun alasan penulis memilih lokasi penelitian ini karena peneliti melihat di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir banyak pedagang Pakaian Impor *second* dengan berbagai kualitas dan harga yang dapat mendukung permasalahan yang diangkat oleh penulis.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Sehingga penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga dalam keputusan pembelian Pakaian Impor *second* di Pasar Jongkok tersebut serta apakah sudah sesuai dengan tinjauan Ekonomi Islam.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- Subjek penelitian ini adalah Konsumen Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kecamatan Tembilahan Kota Kabupaten Indragiri Hilir.
- Objek penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor *Second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah Konsumen Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kecamatan Tembilahan Kota Kabupaten Indragiri Hilir yang berjumlah 230 orang. Karena populasi cukup besar maka penulis mengambil 37 orang atau 15% dari jumlah keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai sampel. Menggunakan rumus slovin¹⁹

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

Keterangan :

N = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

¹⁹ Riduwan, *Metode Penelitian dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 71



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

d = nilai presisi 15 %

$$N = \frac{230}{230(0.15)^2 + 1} = \frac{230}{6.175} = 37$$

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Menurut Sugiyono bahwa *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.²⁰

F. Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan kepada jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan suatu kejadian atau peristiwa apa adanya. Penelitian kuantitatif menggunakan angka-angka dalam mendeskripsikan yang terjadi di lapangan. Penelitian ini bersifat asosiatif berarti melihat dan menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

1. Jenis Data

- a. Data primer, ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk *file-file*. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu diperoleh secara langsung dari Konsumen Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.
- b. Data sekunder, ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder ini merupakan data

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.96.



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

yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti, buku-buku, jurnal, dan bacaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data lapangan yang valid dan akurat dari subjek penelitian, penulis menggunakan instrument :

- a. Observasi yaitu penulis melakukan pengamatan secara langsung atas kejadian-kejadian yang terjadi dilapangan.
- b. Wawancara atau *Interview* yaitu penulis menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data dengan teknik tanya jawab langsung.
- c. Angket (Kuesioner) yaitu daftar pernyataan yang dibuat oleh penulis untuk disebarakan atau diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Daftar pernyataan ini langsung di lapangan atau kepada konsumen Pasar Jongkok Tembilahan.
- d. Dokumentasi yaitu penulis melihat dan menganalisa langsung melalui buku-buku yang berkaitan dengan hasil penelitian dan penulis menyertai foto-foto yang terjadi di lapangan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu menganalisis data dengan cara secara sistematis dengan mengembangkan dan 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.

model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan penelitian ini.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat kevaliditasannya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Hasil r_{hitung} kita bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasilnya adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian, dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Suatu alat ukur yang dikatakan reliabilitas apabila digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan memberikan hasil yang sama, jadi maksudnya adalah seberapa konsisten alat ukur untuk memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.



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

Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach* lebih dari 0,60. Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus reliabilitas dengan metode *alpha*.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikoloniaritas dan heteroskedastisitas serta memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal. Pada uji Asumsi klasik digunakan 4 uji untuk membuktikan yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak. Uji Normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* pada program SPSS. Distribusi dikatakan normal jika probabilitas atau $p > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikoloniaritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi Antara variable bebas (independen). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari gejala multikoloniaritas.



- 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.

Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson (D-W) untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terdapat ketidak samaan varian dari satu residual ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan melihat *Scatter-Plots*

3. Uji Hipotesis Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor *second*. Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta



- 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 Sultan Syarif Kasim Riau

b_1 = Koefisien regresi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian

b_2 = Koefisien regresi antara harga dengan keputusan pembelian

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika t hitung $>$ t table, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t hitung $<$ t table, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji F

Uji simultan atau uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pakaian impor *second* di Pasar Jongkok Tembilahan.

Koefisien Koefisien Determinasi (R^2) dan Korelasi

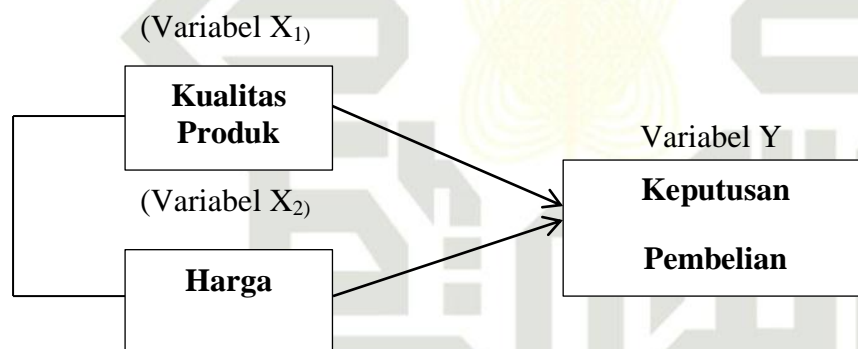
Koefisien Determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terganggunya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel perubahan pada variabel terganggunya. Sedangkan

koefisien korelasi menunjukkan kuat/tidaknya hubungan linear yang terjadi antara kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian.

Kerangka Pemikiran

Metode dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa kualitas produk dan harga akan berdampak pada keputusan pembelian. Dengan kata lain jika keputusan pembelian telah sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen maka akan berpengaruh pada kualitas produk dan harga produk itu sendiri, dan sebaliknya. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

GAMBAR 1.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



I. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris yaitu :

Ha : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.



- 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.

Ha₂ : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.

Ha₃ : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir

J. Definisi Operasional

TABEL 1.2
Definisi Operasional variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Kualitas Produk Menurut Kotler dan Amstrong kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu/kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakan mulanya berawal pada satu diantara empat tingkat kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik.	a. Kinerja (<i>performance</i>). b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>feature</i>). c. Keandalan (<i>reliability</i>). d. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>). e. Daya tahan (<i>durability</i>). f. Dimensi kemudahan perbaikan (<i>serviceability</i>). g. Estetika (<i>aesthetic</i>). h. Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>).
2	Harga Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga digunakan sebagai tolak ukur atas kesesuaian manfaat produk.	a. Keterjangkauan harga. b. Daya saing harga. c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.
3	Keputusan Pembelian Keputusan pembelian adalah suatu	a. Perhatian (<i>attention</i>). b. Ketertarikan (<i>interest</i>).



- 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.

pilihan terbaik yang dipilih oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian barang/jasa dan indikator yang digunakan adalah keputusan membeli dan keputusan tidak membeli.	c. Keinginan (<i>destre</i>). d. Tindakan (<i>action</i>).
---	---

Penelitian Terdahulu

TABEL 1.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Astuti Nursofa, (2018)	Pengaruh Harga, Persepsi Kualitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Jongkok Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir	Pengaruh Harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.218 dan t tabel 1.984. Persepsi Kualitas (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 5.378 dan t tabel 1.984. Lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.538 dan t tabel 1.984. Sedangkan nilai R Square sebesar 0.565 atau 56.5% hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas (harga, persepsi kualitas, dan lokasi) mampu menjelaskan variabel terikatnya (keputusan pembelian) sebesar 56.5% dan sisanya sebesar 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu, Kualitas Produk dan Sikap Konsumen.
2	Dedi Nurdiansyah (2017)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas di Bandar Lampung sebesar $R^2 = 0.575$ atau 57,5%, mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y). Simpulan dari penelitian ini adalah baik kualitas produk maupun harga yaitu sama-sama memiliki hasil yang positif terhadap keputusan pembelian, dengan variabel yang paling mendominasi



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak 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	3	Muhammad Irsyad (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepedamotor Yamaha Nmax Pada Konsumen Yamaha Baturaja	adalah kualitas produk sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas di Bandar Lampung.
3	Nurul Septian Heryubani (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepedamotor Yamaha Nmax Pada Konsumen Yamaha Baturaja	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi berganda nampak bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel harga.
3	Rival Permana Hendri (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepedamotor Yamaha Nmax Pada Konsumen Yamaha Baturaja	Dari hasil rangkuman analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa secara parsial dan simultan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik lipstik merek wardah di kota yogyakarta. Sedangkan besarnya pengaruh kedua variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik lipstik merek wardah di kota yogyakarta adalah 55,5% dan sisanya 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
4	Rifqi Sulthan Fahrezzy, Arlin Ferlina Moch. Trenggana (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepedamotor Yamaha Nmax Pada Konsumen Yamaha Baturaja	Hasil penelitian menunjukkan besar pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian Distro Cosmic Bandung dapat dikatakan cukup baik. Kualitas Produk memberikan pengaruh yang besar pada keputusan pembelian dibandingkan dengan harga terhadap proses keputusan pembelian.
5	Rifqi Sulthan Fahrezzy, Arlin Ferlina Moch. Trenggana (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepedamotor Yamaha Nmax Pada Konsumen Yamaha Baturaja	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif-verifikatif. Populasi yang dipakai adalah pengguna laptop ASUS di Bandung yang tersebar dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti dimana pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling, incidental



- 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.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>sampling dan jumlah responden didapatkan sebanyak 100 orang. Teknik analisis data adalah analisis regresi linier berganda. Kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pada laptop ASUS berada pada kategori baik. Selain itu, seluruh variabel baik parsial maupun simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen laptop ASUS dengan koefisien determinasi (R^2) 0,385 atau sebesar 38,5%</p>
---	---

L. 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:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas masalah yang berhubungan dengan latar belakang, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir, yang meliputi sejarah singkat pasar, kawasan disekitar pasar, dan produk yang dijual.



- 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

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan konsep kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dalam perspektif Ekonomi Islam.

BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisikan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor *second* di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Perspektif Ekonomi Islam mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second* di Pasar Jongkok (PJ) Kabupaten Indragiri Hilir.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dalam penelitian.

- 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.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A Profil Kabupaten Indragiri Hilir

1. Kondisi Geografis Kabupaten Indragiri Hilir

Kabupaten Indragiri Hilir terletak dibagian selatan Provinsi Riau dengan ibu kotanya adalah Tembilahan dengan luas wilayah 18.812,97 km² yang terdiri dari luas daratan 11.605,97 km², luas perairan laut 6.318 km dan luas perairan umum 888,97 km serta memiliki garis pantai sepanjang 339,5 km.

Secara astronomis, Kabupaten Indragiri Hilir terletak antara 0⁰ 36' lintang Utara dan 1⁰ 07' Lintang Selatan, dan antara 104⁰ 10'-102⁰32' Bujur Timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Indragiri Hilir memiliki batas-batas:

Utara : Kabupaten Pelelawan

Selatan : Kabupaten Tanjung Jabung Provinsi Jambi

Barat : Kabupaten Indragiri Hulu

Timur : Provinsi Kepulauan Riau

Kabupaten Indragiri Hilir terletak pada dataran rendah atau daerah pesisir timur dengan ketinggian <5 meter dari permukaan laut. Hal ini mengakibatkan daerah ini menjadi daerah rawa-rawa yang beriklim tropis basah. Akan tetapi, terdapat beberapa desa yang merupakan dataran tinggi.



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.

Desa-desa tersebut terdapat Kecamatan Keritang dan Kemuning. Hal ini menyebabkan lahan pertanian pada daerah tersebut tidak terpengaruh pada air laut.²¹

B. Deskripsi Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir

1. Sejarah Kecamatan Tembilahan

Pada awal kemerdekaan Indonesia, Indragiri (Hulu dan Hilir) masih merupakan satu Kabupaten. Kabupaten Indragiri ini terdiri atas 3 kewedanan, yaitu Kewedanan Kuantan Singingi ibu kotanya Teluk Kuantan, Kewedanan Indragiri Hulu dengan ibu kotanya Rengat dan kewedanan Indragiri Hilir dengan ibu kotanya Tembilahan.

Merasa persyaratan administrasinya terpenuhi maka masyarakat Indragiri Hilir memohon kepada Menteri Dalam Negeri melalui Gubernur Riau, agar Indragiri Hilir dimekarkan menjadi Kabupaten Daerah Tingkat II yang berdiri sendiri (otonom). Setelah melalui penelitian, baik oleh Gubernur maupun Departemen Dalam Negeri, maka pemekaran diawali dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Gubernur Kepada Kepala Daerah Tingkat I Riau (Propinsi Riau) tanggal 27 April 1965 nomor 052/5/1965 sebagai Daerah Persiapan Kabupaten Indragiri Hilir.

Pada tanggal 14 Juni 1965 dikeluarkanlah Undang-Undang nomor 6 tahun 1965 Lembaran Negara Republik Indonesia No. 49, maka Daerah Persiapan Kabupaten Indragiri Hilir resmi dimekarkan menjadi Kabupaten

²¹ Pemda Kab Inhil, *Data Sektoral Kabupaten Indragiri Hilir*, (Tembilahan : Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik, 2019), 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Daerah Tingkat II Indragiri Hilir (sekarang Kabupaten Indragiri Hilir) yang berdiri sendiri yang pelaksanaannya terhitung tanggal 20 November 1965.

2. Geografis Kecamatan Tembilahan

Kecamatan Tembilahan adalah salah satu dari 20 Kecamatan yang ada dalam Kabupaten Indragiri Hilir dengan luas wilayah 197,37 Km² atau 19.737 Ha. Kecamatan Tembilahan merupakan pusat dan jantung kota Kabupaten Indragiri Hilir yang berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Batang Tuaka
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Enok
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tembilahan Hulu
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Batang Tuaka²²

C. Sejarah Singkat Pasar Jongkok Tembilahan

Tembilahan merupakan ibu kota dari Kabupaten Indragiri Hilir di bagian timur Provinsi Riau atau pada bagian timur pesisir Sumatera yang di kepung oleh air. Untuk menempuh perjalanan ke negara tetangga seperti Singapura hanya dibutuhkan 6 jam perjalanan dengan menggunakan *speed boat*. Dengan geografis seperti ini, sangat memudahkan bagi warga Tembilahan untuk melakukan kontak dagang dengan warga negara Singapura. Hal inilah salah satu faktor yang menjadi penyebab pakaian impor bekas membanjiri Tembilahan.

Jika melihat sejarahnya, masyarakat Tembilahan telah menggeluti usaha berjualan pakaian bekas sejak tahun 1980-an. Siapa saja yang pernah berkunjung ke Tembilahan, tentu tidak asing mendengar kata PJ. Secara etimologi tidak

²² *Ibid*, hlm. 2

- Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diketahui persis kapan kata PJ ini mulai digunakan oleh masyarakat Tembilahan sebagai kata lain untuk menyebut pasar pakaian bekas.
 - a. Masyarakat Indragiri Hilir pada umumnya dan masyarakat Tembilahan pada khususnya sangat mengenal PJ sebagai tempat penjualan aneka barang bekas. Secara umum PJ diketahui merupakan akronim atau singkatan dari kata Pajajak.
 - b. Pada perkembangan berikutnya ada yang mengartikan PJ sebagai singkatan dari "Pasar Jongkok". Istilah PJ sebagai pasar jongkok mulai populer sekitar tahun 2000-an, para pedagang mulai menggelar dagangan pada malam hari di sepanjang trotoar dan alun-alun Tembilahan. Para pengunjung yang ingin membeli biasanya harus berjongkok untuk melihat-lihat barang dagangan dan bertransaksi dengan para pedagang. Dari sinilah mungkin muncul arti lain PJ sebagai Pasar Jongkok. Istilah PJ juga sudah lama dipergunakan oleh masyarakat Kota Medan, Sumatera Utara. Bedanya kalau di Kota Medan, PJ berarti Pajak, sebutan lain untuk pasar pada umumnya, sedangkan di Tembilahan PJ berarti pasar yang khusus menjual aneka barang bekas.²³
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

²³ Jumriati, Skripsi: "Eksistensi Pedagang Barang Bekas Impor Di Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Propinsi Riau", (Tanjung Pinang: Universitas Martim Raja Ali Haji, 2019), hlm. 3

BAB III

LANDASAN TEORI

A Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam arti sempit oleh para pengusaha sering diartikan sebagai pendistribusian, termasuk kegiatan yang dibutuhkan untuk menempatkan produk yang berwujud pada tangan konsumen rumah tangga dan pemakai industri. Dari pandangan lain, pemasaran diartikan sebagai kegiatan penciptaan dan penyerahan tingkat kesejahteraan hidup kepada anggota masyarakat.

Menurut *American Marketing Association*, pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Pengertian lain adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.²⁴

Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Manusia

- 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.

²⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu hubungan. Dengan demikian pemasaran itu bisa juga berarti suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual.²⁵

2. Pemasaran Dalam Islam

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktifitas dalam kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa saja yang melakukannya dapat tumbuh serta mendayagunakan manfaatnya yang dilandasi atas sifat jujur, adil, terbuka, dan ikhlas sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad untuk bermuamalah secara islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam.

Berbisnis dengan cara Nabi Muhammad, adalah cara berbisnis menurut islam. Muhammad adalah nabi terakhir yang diturunkan untuk menyempurnakan ajaran-ajaran Tuhan yang diturunkan sebelumnya. Rasulullah adalah suri tauladan bagi umat-Nya,²⁶ QS. Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya : “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang*

²⁵ Noorohmah, Skripsi: “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand’s Muslim Departemen Store Cabang Semarang*”, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019), hlm. 24

²⁶ *Ibid*, hlm. 29



© 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
 Stee Islam's University of Sultan Syarif Qasim Riau

*mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah*²⁷ (Q.S Al-Ahzab: 21)

Beliau selalu memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi dengan jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggan mengeluh kecewa. Beliau selalu menepati janji dan menjaga barang dagangannya dengan standar dan kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan.

B. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam memasarkan produk, perusahaan sudah seharusnya memahami perilaku konsumen. Hal tersebut dikarenakan upaya pemasaran selalu diarahkan dengan pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Loundon dan Bitta dalam Shinta (2011:41) perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.²⁸

UIN SUSKA RIAU

²⁷ Kementerian Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 420

²⁸ Marina Intan Pertiwi, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang)*, (Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2016), hlm. 182



- 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. Perilaku Konsumen Dalam Islam

Analisis konvensional terhadap perilaku konsumen harus dimodifikasi dalam kaitannya sebagai seorang konsumen muslim. Menurut Metwally (1993), ada lima alasan atas modifikasi ini, yaitu sebagai berikut :

- a. Fungsi objektif konsumen muslim berbeda dengan konsumen lain. Konsumen muslim tidak mencapai kepuasan hanya dari mengkonsumsi *output* dan memegang barang modal saja. Perilaku ekonominya berputar pada pencapaian atas ridho Allah SWT.
- b. Vektor komoditas dari konsumen muslim adalah berbeda dari konsumen non-muslim meskipun semua elemen dari barang dan jasa tersedia. Karena islam melarang seorang muslim mengkonsumsi beberapa komoditas, seperti alcohol, daging babi, dan lain-lain.²⁹
- c. Karena seorang muslim dilarang untuk membayar atau menerima bunga dari pinjaman dalam bentuk apapun, premi rutin yang dibayar oleh konsumen muslim atas emegang barang tahan lama tidak mencakup elemen suku bunga. Suku bunga dalam ekonomi islam digantikan oleh biaya dalam kaitannya dengan *profit sharing*.

²⁹ M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 198



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

- d. Bagi seorang konsumen muslim, anggaran yang dapat digunakan untuk optimasi konsumsi adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat.
- e. Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatannya untuk konsumsi barang dan jasa.³⁰

C. Kualitas Produk

1. Pengertian Produk

Secara teoritis, produk adalah segala sesuatu yang disediakan, ditawarkan dan dipasarkan perusahaan atau produsen sebagai upaya mencapai perolehan laba maksimal melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pembeli. Produk dapat ditinjau dari berbagai aspek, antara lain berdasarkan tujuan pemakaian (barang konsumsi dan barang industri), tingkat pemakaian (barang tahan lama, barang tidak tahan lama, jasa), dan pengaruh psikologisnya (barang fungsional, barang prestise, barang status, barang hedonis, barang anxiety, dan barang untuk orang dewasa).³¹

Secara umum, semula “produk” hanya diartikan sebagai “barang” dan “jasa” masing-masing dengan berbagai ciri dan karakteristiknya.

³⁰ *Ibid*, hlm, 199

³¹ Yaswar Aprilian, Dharmasetiawan, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Yogyakarta: Trusmi Media Grafika, 2018), 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Namun dalam perkembangan pemasaran modern dewasa ini, produk sebagai obyek yang bisa diperjual belikan di pasar dipilih paling tidak menjadi 10 macam, yakni barang (*Goods*), jasa (*Service*), acara (*Party*), pengalaman (*Experience*), orang (*People*), tempat (*Place*), properti (*Property*), informasi (*Information*), organisasi (*Organization*), dan ide atau gagasan (*Idea*).³²

2. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang bisa dikenal kualitas sebenarnya. Kualitas adalah keseluruhan dari ciri serta sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.³³

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk

³² *Ibid*, hlm. 52

³³ Annisa Nini Lutfiani, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Wahdah Water Dalam Perspektif Syariah Di Kabupaten Gowa” (Makassar: UIN Alauddin, 2017), hlm. 14



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.

tersebut, ketepatan (*precision*) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai. Dari segi pandangan pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu/kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakan mulanya berawal pada satu diantara empat tingkat kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik.³⁴

3. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Fandy tjiptono, dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor dan dimensi titik faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk yaitu:³⁵

a. Kinerja (*performance*)

Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli. Kinerja dari produk memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsinya.

³⁴ Yaswar Aprilian, Dharmasetiawan, *Op. Cit.*, hlm. 211

³⁵ Serli Melida, Skripsi: “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kota Gede Yogyakarta)*”, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016), hlm. 17



- 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

Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*)
Merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari produk inti. Keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis.

Keandalan (*reliability*)

Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan. Tingkat resiko kerusakan produk menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar resiko yang diterima terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. Daya tahan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Daya tahan produk biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.

Dimensi kemudahan perbaikan (*serviceability*)

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjual, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.



- 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.

Estetika (*aesthetic*)

Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.

Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli. Meliputi cita rasa, reputasi produk, dan tanggung jawab perusahaan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen.³⁶

4. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam

Produk pada Alqur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang 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. Menurut islam produk konsumen adalah berdaya guna, yang menghasilkan material, moral, dan 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

³⁶ *Ibid*, hlm. 18



- 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

Barang dalam islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.³⁷

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 خُطُوتَ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*”³⁸ (Q.S Al-Baqarah: 168)

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْعَفُورُ

Artinya: “*Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa diantara kamu yang lebih baik amalnya, dan Dia maha Perkasa lagi Maha Pengampun.*”³⁹ (Q.S Al-Mulk: 2)

³⁷ Siti Nurma Rosmitha, Skripsi: “*Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, (Lampung: UIN Raden, 2017), hlm. 50

³⁸ Kementerian Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 25

³⁹ Kementerian Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 562



© Hak Cipta Ilmiah UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Qasim 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.

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui apa 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.

Berdasarkan keterangan diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang *mubah* yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan tertinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin serta tidak melanggar aturan-aturan dalam islam.⁴⁰

D. Harga

1. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga digunakan sebagai tolak ukur atas kesesuaian manfaat produk. Harga bersifat subjektif karena harga juga dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi dan lingkungan tiap individu yang tentunya berbeda-beda. Tidak jarang pula konsumen menilai produk tersebut adalah produk yang berkualitas sehingga wajar bila memerlukan pengorbanan yang lebih tinggi.⁴¹

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 53

⁴¹ Elisa Desy Rinda Putri, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)”, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018), hlm. 16



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Harga adalah nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa. Oleh karena itu, kunci untuk menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk. Apabila harga lebih tinggi daripada nilai yang dirasakan konsumen, pertukaran tidak akan terjadi. Dalam pemasaran jasa, harga sering dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan akan mutu jasa yang ditawarkan.⁴²

2. Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan, antara lain :⁴³

- a. *Profit maximalitation* (memaksimalkan laba).
- b. *Market share pricing* (merebut pangsa pasar).
- c. *Current revenue pricing* (pendapatan yang maksimal).
- d. *Target profit procing* (penetapan harga untuk sasaran).
- e. *Promotional procing* (penetapan harga untuk promosi).

3. Dimensi Harga

Menurut Stanton, ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu

- a. Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

⁴² Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 346

⁴³ *Ibid*, hlm.346

⁴⁴ Elisa Desy Rinda Putri, *Op.Cit.*, hlm. 17



- 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

- b. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternative produk yang tersedia sehingga dapat memutuskan untuk mengalokasikan dana pada produk yang dikehendaki.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Dalam hal ini konsumen memiliki persepsi bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli.

4. Harga Dalam Pandangan Islam

Harga termasuk bagian dari jual beli, jual beli sendiri adalah proses pemindahan hak milik barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Apabila harga tidak sesuai dengan kualitas produk dengan tujuan mencari keuntungan bagi pihak produsen atas harta konsumen, maka hal tersebut akan bertentangan dengan ajaran islam sebagaimana dijelaskan Allah dalam Q.S An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:



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.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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.”⁴⁵ (Q.S An-Nisa: 29)

Ayat diatas menerangkan bahwa penetapan harga dilakukan dalam perdagangan haruslah saling ridho dan saling suka sama suka, serta dilakukan dengan senang hati maka kamu boleh memakannya.

Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhoi, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.⁴⁶

E. Keputusan Pembelian

1. Definisi Keputusan Pembelian

Menurut M. Iqbal Hasan (2002:9), keputusan adalah hasil dari pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan dalam hubungannya dengan perencanaan. Astuti dkk (2007: 19), mendefinisikan keputusan pembelian sebagai rasa percaya diri

⁴⁵ Kementerian Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 83

⁴⁶ Riau Rahmat Hidayat, Skripsi: “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)”, (Medan: UIN Sumatera Utara, 2018), hlm. 13



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

yang kuat pada diri konsumen atau pelanggan yang meyakini bahwa keputusan pembelian atas suatu produk adalah benar.

Sweeney (2008) menyatakan bahwa indikator keputusan pembelian adalah *buy or not buy* berhubungan dengan keyakinan dalam membeli dan *would not expect any problem* yaitu harapan untuk tidak mendapatkan masalah atau risiko.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu pilihan terbaik yang dipilih oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian barang/jasa dan indikator yang digunakan adalah keputusan membeli dan keputusan tidak membeli.⁴⁷

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller, faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen itu sendiri adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

a. Faktor Budaya

1) Budaya (*culture*) adalah kumpulan persepsi, keinginan, nilai dasar dan perilaku yang dipelajari oleh mayoritas anggota masyarakat dari keluarga dan organisasi penting lainnya.

2) Subbudaya (*subculture*) adalah kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup seseorang atau situasi yang umum terjadi.

⁴⁷Arum Puspa Utami, Skripsi: “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta”, (Yogyakarta: UNY, 2016), 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3) Kelas sosial (*social class*) adalah pembagian yang relatif berjenjang dalam masyarakat dimana anggotanya mampu berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama.⁴⁸

b. Faktor Sosial

1) Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berintraksi untuk dapat meraih tujuan pribadi atau tujuan bersama.

2) Keluarga adalah organisasi pembelian pelanggan yang paling penting di dalam masyarakat, seperti suami, istri dan anak-anak.

3) Peran dan status, mempunyai arti bahwa peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang yang ada di sekitarnya. Setiap peran membawa status yang menghasilkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

c. Faktor Pribadi

1) Usia dan tahap siklus hidup, perilaku pembelian juga dibentuk melalui siklus hidup keluarga tengah tahapan yang mungkin dilalui keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Dari usia belia, usia pertengahan dan usia dewasa.

2) Pekerjaan, maksudnya pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi barang dan jasa yang akan mereka beli.

3) Situasi ekonomi, maksudnya situasi ekonomi seseorang pada

⁴⁸ Lenggang Kurnia Intan Devi, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*, (Surabaya: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel, 2019), 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.

saat itu, dapat mempengaruhi barang dan jasa yang akan mereka beli.

- 4) Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam perilakunya dalam kegiatan sehari-hari. Gaya hidup yang dimaksud mengenai aktivitas, minat dan opini.
- 5) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian (*personality*) berdampak pada karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan seseorang itu sendiri.⁴⁹

d. Faktor Psikologi

- 1) Motivasi adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mendorong seseorang untuk dapat mencari kepuasan atas kebutuhan seseorang tersebut.
- 2) Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk sebuah gambaran dunia yang berarti.
- 3) Pembelajaran, maksudnya adalah perubahan dalam perilaku seseorang yang disebabkan oleh pengalaman.
- 4) Keyakinan dan sikap, keyakinan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Sedangkan

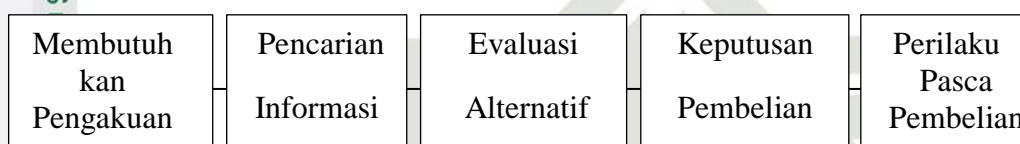
⁴⁹ *Ibid*, hlm. 36

- 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.

sikap adalah perasaan, evaluasi dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide.⁵⁰

3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Gambar 3.1 menunjukkan bahwa konsumen melewati kelima tahap dengan setiap pembelian. Namun dalam pembelian lebih rutin, konsumen sering melewatkan atau membalikkan beberapa tahap ini.



Gambar 3.1 Proses Keputusan Pembelian

a. Membutuhkan Pengakuan

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan-pembeli mengakui ada masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu stimulus internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang-misalnya, kelaparan atau kehausan-naik ke tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan eksternal. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui apa jenis kebutuhan atau masalah yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana mereka memimpin konsumen kepada produk tertentu ini.

b. Pencarian Informasi. (*Information Search*)

Konsumen yang tertarik mungkin atau tidak mungkin tidak mencari informasi lebih lanjut. Jika dorongan konsumen

⁵⁰*Ibid*, hlm. 37



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.

kuat dan produk yang memuaskan berada dekat, ia cenderung untuk membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam ingatan atau berusaha melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan.⁵¹

c. Evaluasi Alternatif. (*Alternative Evaluation*)

Bagaimana konsumsi berlanjut untuk mengevaluasi alternative pembelian tergantung pada konsumen individual dan situasi pembelian tertentu. Dalam beberapa kasus, konsumen menggunakan perhitungan yang cermat dan pemikiran logis. Dilain waktu, konsumen yang sama melakukan sedikit atau tidak ada evaluasi; sebaliknya mereka membeli berdasarkan dorongan dan mengandalkan instuisi. Terkadang konsumen membuat keputusan membeli sendiri; kadang-kadang mereka berbalik kepada teman-teman, ulasan online, atau penjual untuk memberi saran.

d. Keputusan Pembelian. (*Purchase Decision*)

Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, manfaat produk yang diharapkan. Namun kejadian tidak terduga dapat mengubah niat beli.

⁵¹Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 236



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

e. Perilaku Pasca Pembelian. (*Post-Purchase Behaviour*)

Pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan puas atau tidak puas dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yang menarik bagi pemasar. Hal yang menentukan apakah pembeli puas atau tidak puas dengan pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan langsung pada produk. Jika produk jatuh jauh dari harapan, konsumen kecewa; jika memenuhi harapan, konsumen merasa puas; jika melebihi harapan, konsumensangat gembira. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja, semakin besar ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penjual harus berjanji hanya merek mereka saja dapat diberikan sehingga pembeli puas.⁵²

4. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller menjelaskan Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi minat, dan mengambil tindakan. Teori ini menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik.

Definisi diatas dapat diimplikasikan bahwa AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan alat penyampaian suatu pesan yang deal kepada konsumen dimana melalui suatu tahapan yang terdiri dari

⁵² *Ibid*, hlm. 238



- 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.

perhatian (*Attention/Awareness*), ketertarikan (*Interest*), minat (*Destre*), dan pengambilan tindakan (*Action*). Hal ini dimana seorang pemasar harus menyadari bahwa pesan yang disajikan tentang AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), yaitu :⁵³

a. Perhatian (*Attention*)

Menimbulkan perhatian pelanggan berarti sebuah pesan harus dapat menimbulkan perhatian baik dalam bentuk dan media yang disampaikan. Perhatian ini bertujuan secara umum atau khusus kepada calon konsumen atau konsumen yang akan dijadikan target sasaran. Hal tersebut dapat dikemukakan lewat tulisan dan gambar yang menonjol dan jelas, perkataan yang menarik atau mudah diingat, dan mempunyai karakteristik tersendiri. Peran yang menarik atau mudah diingat, dan mempunyai karakteristik tersendiri. Pesan yang menarik perhatian merupakan suatu langkah awal bagi perusahaan dimana pesan tersebut akan dikenal, diketahui, dan diingat oleh konsumen. Proses tersebut bisa dikatakan sebagai proses *awareness/kesadaran* akan adanya produk yang disampaikan ke konsumen.

⁵³ Siti Nurma Rosmitha, *Op.Cit*, hlm. 64



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

b. Kertarikan (*Interest*)

Tertarik berarti pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih seksama. Hal tersebut terjadi karena adanya minat yang menarik perhatian konsumen akan pesan yang ditunjukkan.

c. Keinginan (*Destre*)

Pemikiran terjadi dari adanya keinginan ini, berkaitan dengan motif dan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk. motif pembelian dibedakan menjadi dua, yaitu motif rasional, dan emosional. Hal ini dimana motif rasional mempertimbangkan konsumen akan keuntungan dan kerugian yang didapatkan, sedangkan motif emosional terjadi akibat emosi akan pembelian produk.

d. Tindakan (*Action*)

Tindakan terjadi dengan adanya keinginan kuat konsumen sehingga terjadi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan.⁵⁴

5. Aspek-aspek Keputusan Membeli

Menurut Assael dalam Suryani (2008) menyatakan bahwa ada dua dimensi yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yaitu:⁵⁵

⁵⁴ *Ibid*, hlm. 66

⁵⁵ Diso Hidayat, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Pada PT.Suzuki Center Kartini Bandar Lampung”, (Bandar Lampung: Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2017), hlm. 49



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Seberapa jauh pembuatan keputusan tersebut.

Dimensi pertama ini menggambarkan rangkaian dari pengambilan keputusan untuk yang bersifat habit/kebiasaan. Konsumen dapat mendasarkan keputusannya pada proses kognitif (berfikir) dari pencarian informasi dan evaluasi alternatif-alternatif merk. Pada sisi ini konsumen hanya akan melakukan pembelian pada satu merk saja atau selalu terjadi pembelian yang konsisten.

- b. Derajat keterlibatan di dalam pembelian itu sendiri.

Pada dimensi kedua ini menggambarkan rangkaian keterlibatan pembelian dari tinggi ke rendah. Pembelian dengan keterlibatan tinggi sangat penting bagi konsumen. Seperti beberapa pembelian yang didasarkan pada ego dari image sendiri. Dalam pembelian demikian konsumen akan melibatkan beberapa resiko, seperti *financial risk* yaitu pada produk – produk yang tergolong mahal, *social risk* yaitu pada produk-produk yang dianggap penting dalam kelompoknya, atau *psychological risk* yaitu pengambilan keputusan yang salah pada konsumen berakibat fatal atau lebih serius. Sedangkan produk – produk dengan keterlibatan rendah kurang begitu penting bagi konsumen, karena resiko *financial*, *social*, dan *psychological* tidaklah cukup besar.

Kedua dimensi yang telah disebutkan diatas nantinya akan



- 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.

mengelompokkan keputusan membeli dalam empat tipe pengambilan keputusan. Keempat tipe tersebut adalah, pengambilan keputusan yang kompleks, pembuatan keputusan terbatas, loyalitas merk dan inersia. Keempat tipe ini merupakan perpaduan tinggi rendahnya dua dimensi di atas.

Pada tipe pertama, yaitu pengambilan keputusan kompleks dicirikan dengan perpaduan adanya keterlibatan yang tinggi dan adanya pembuatan keputusan. Pada pembuatan keputusan rendah, konsumen hanya memiliki keterlibatan rendah namun ada pengambilan keputusan. Pada tipe loyalitas merk, konsumen memiliki keterlibatan yang tinggi namun seberapa jauh ia membuat keputusan hanya bersifat kebiasaan. Pada tipe terakhir inersia konsumen memiliki keterlibatan yang rendah dan pembuatan keputusan sebatas kebiasaan. Pembuatan keputusan terlihat dari adanya proses pencarian informasi yang banyak dan adanya evaluasi terhadap merk. Dan pada pengambilan keputusan yang berdasar kebiasaan, konsumen tidak terlalu memikirkan proses pencarian informasi dan evaluasi terhadap merk.⁵⁶

6. Pengambilan Keputusan Dalam Islam

Dalam islam proses pengambilan keputusan diterapkan dalam beberapa ayat yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam islam lebih

⁵⁶ *Ibid*, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditekankan pada sifat adil dan berhati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَدُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَدَبِّئُوا أَنْ تَصِيدُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”*⁵⁷ (Q.S Al-Hujurat: 06)

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen.⁵⁸

Pentingnya untuk memilih produk halal juga dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 168, yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

⁵⁷ Kementerian Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 516

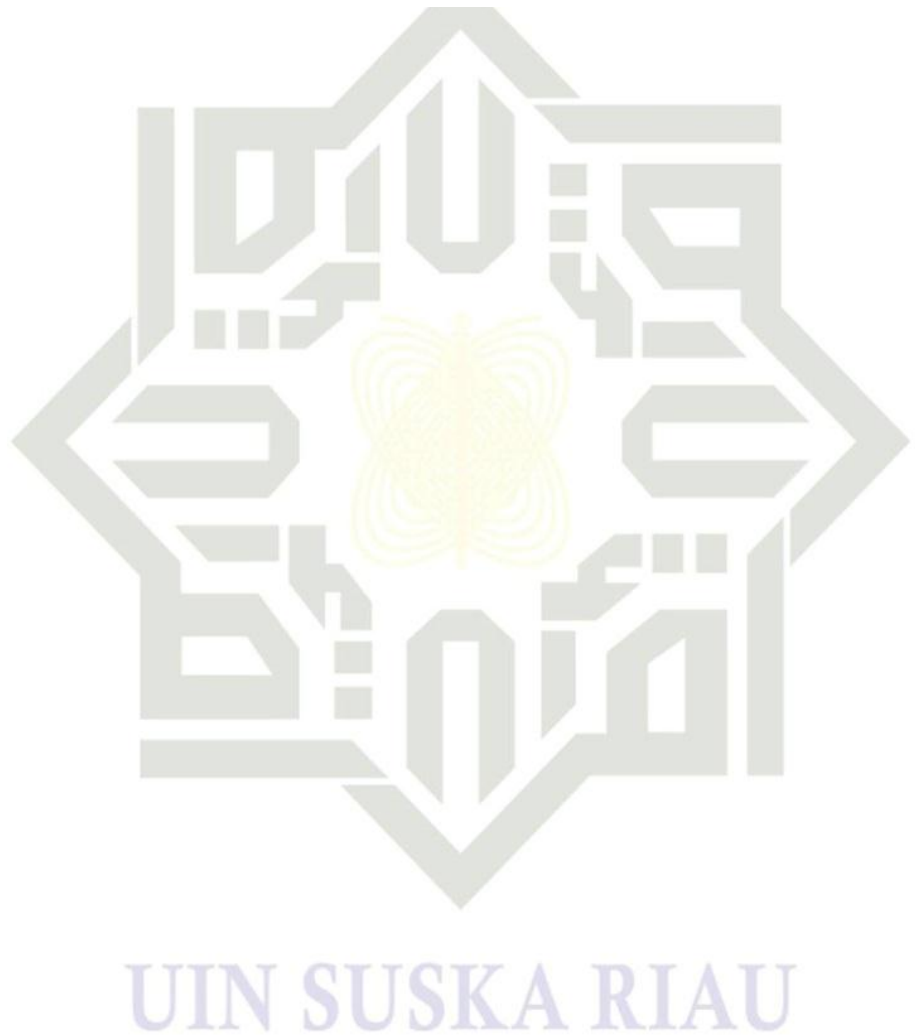
⁵⁸ Ibnu Jauzi Abdul Ceasar, *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)* (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung , 2017), hlm.



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.

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.*” (Q.S Al-Baqarah: 168)⁵⁹



⁵⁹ Kementerian Agama RI, *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.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Dari penelitian ini, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 0,791 + 0,234X_1 + 0,534X_2$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan uji t dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar $2,123 > t_{tabel}$ $2,032$ dengan nilai sig sebesar $0,041$. Harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar $2,526 > t_{tabel}$ $2,032$ dengan nilai sig $0,016$. Sedangkan, berdasarkan hasil uji F, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor *second*. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Untuk uji Koefisien Determinasi (R^2) hasil pengolahan data sebesar $0,415$. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah $41,5\%$ dan sisanya $58,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai R sebesar $0,644$, maka kesimpulannya adalah bahwa korelasi antara variabel (kualitas produk dan harga) dengan variabel (keputusan pembelian) memiliki hubungan yang kuat.

Keputusan pembelian pakaian impor *second* konsumen di Pasar Jongkok Tembilahan telah memenuhi syariat konsumsi Islam yaitu jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal, barang yang dikonsumsi lebih memberikan manfaat daripada merugikan, dan kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan.

4. Saran

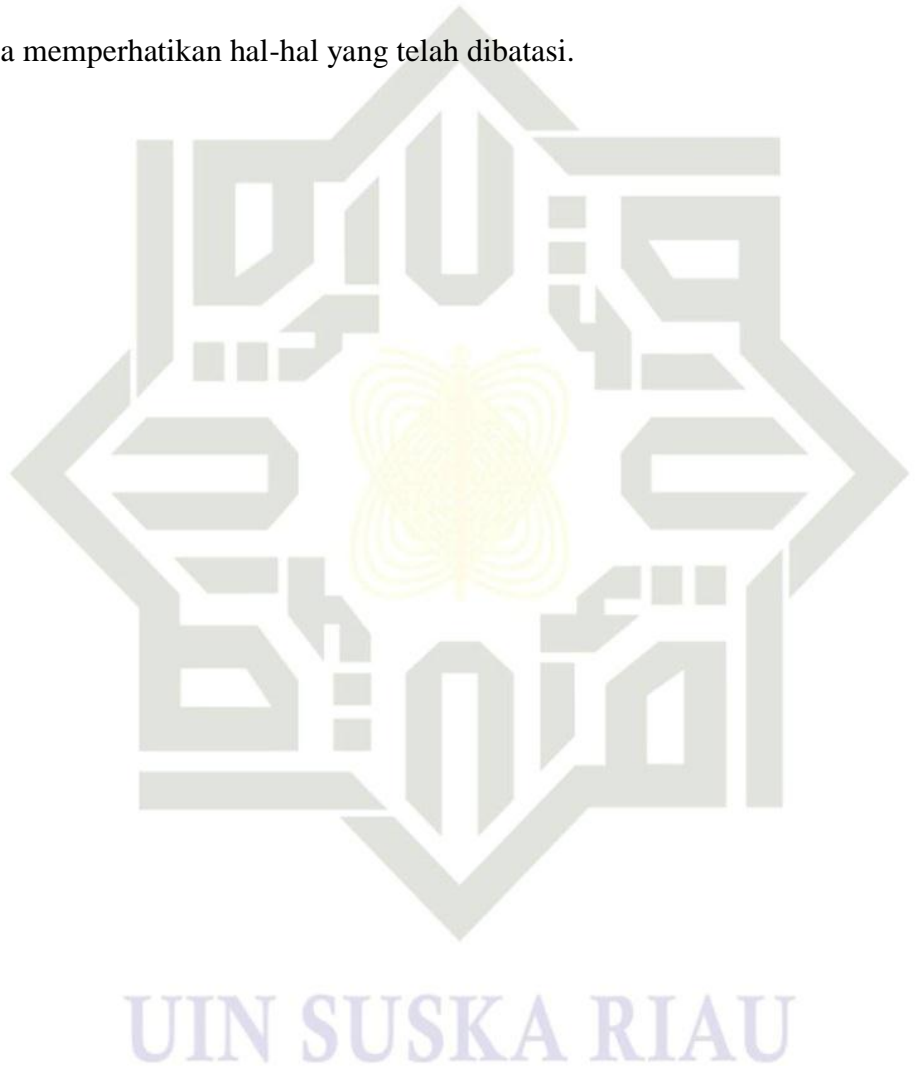
Berdasarkan atas keseluruhan data yang berhasil dikumpulkan oleh penulis, maka beberapa hal yang bisa penulis berikan sebagai sumbangan pemikiran atas pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor *second* di Pasar Jongkok Tembilahan adalah sebagai berikut :

1. Dengan mengetahui hasil kualitas produk dan harga yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor *second*, diharapkan pedagang tetap memperhatikan kualitas produk sehingga tetap memiliki keistimewaan tersendiri dibanding dengan produk ditempat lain dan mempertahankan harga jual yang dapat dijangkau oleh semua kalangan.
2. Pedagang disarankan untuk dapat meningkatkan kegiatan promosi, seperti melalui media sosial serta menyediakan informasi lebih lengkap yang dibutuhkan konsumen agar konsumen tidak mengalami kesulitan dalam pencarian informasi mengenai produk pakaian impor *second*.

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.

Bagi pihak konsumen agar selalu dapat memperhatikan dan mempertahankan hal-hal yang telah ditetapkan oleh syariat Islam termasuk dalam hal menggunakan suatu barang/produk agar tidak termasuk kepada golongan orang-orang yang kikir dan orang-orang yang boros dalam membelanjakan hartanya, tanpa memperhatikan hal-hal yang telah dibatasi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR PUSTAKA

- Actya, Robi. 2017. *Implementasi Peraturan Kementerian Perdagangan Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas (Studi Kasus di Tembilahan)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Ilmu Administrasi FISIPOL Universitas Riau.
- Alfar, Khairul (Pedagang Pakaian). *Hasil Wawancara Pribadi*: 10 November 2019. Tembilahan.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Andira, Ayu. 2016. *Sinergitas Pengawasan Instansi Pusat dan Daerah Terhadap Larangan Impor Pakaian Bekas di Kabupaten Indragiri Hilir*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Arif, M Nur Rianto Al. 2015. *Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Badrudin. 2014. *Dasar-dasar Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Cesar, Ibnu Jauzi Abdul. 2017. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. UIN Raden Intan Lampung.
- Devi, Lenggang Kurnia Intan. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada MarketPlace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. UIN Sunan Ampel.
- Dharmasetiawan, Aprillian Yaswar. 2018. *Dasar-dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika
- Fatihudin, Didin. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hidayat Diso. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Pada PT.Suzuki*

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.

Center Kartini Bandar Lampung. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.

Riau Rahmat. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. UIN Sumatera Utara.

Kurniati. 2019. *Eksistensi Pedagang Barang Bekas Impor Di Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Propinsi Riau*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Martim Raja Ali Haji.

Setiadi, Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Bogor: Kencana.

Kementerian Agama RI. 2017. *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*. Banjarsari: Abyan.

Kurniati. 2016. *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. STIA Alma Ata Yogyakarta.

Melida, Serli. 2016. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kota Gede Yogyakarta)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. UIN Sunan Kalijaga.

Nasution, M.N. 2010. *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nini Lutfiani, Annisa. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Wahdah Water Dalam Perspektif Syariah Di Kabupaten Gowa*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. UIN Alauddin Makassar.

Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta

Noorohmah. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand's Muslim Departemen Store Cabang Semarang*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

diansyah, Dedi. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung*). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Lampung.

Renda Kab Inhil. 2019. *Data Sektor Kabupaten Indragiri Hilir*, Tembilahan : Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik.

Retiwi, Maria Intan. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Brawijaya.

Uttri, Elisa Desy Rinda. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Rianto, M. Nur. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

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

Rosmitha, Siti Nurma. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Lampung: UIN Raden.

aefuloh, Asep. 2019. *Analisis Prilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di Online Shop*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. UIN Wali Songo Semarang.

ari, Indah Ratna. *Hasil Wawancara Pribadi: 10 November 2019*. Tembilahan.

iswandi. 2011. *Konsep Yusuf Al-Qardhawi Tentang Norma dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Ekonomi Islam*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. UIN Suska Riau Pekanbaru.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*. Bandung: Alfabeta.

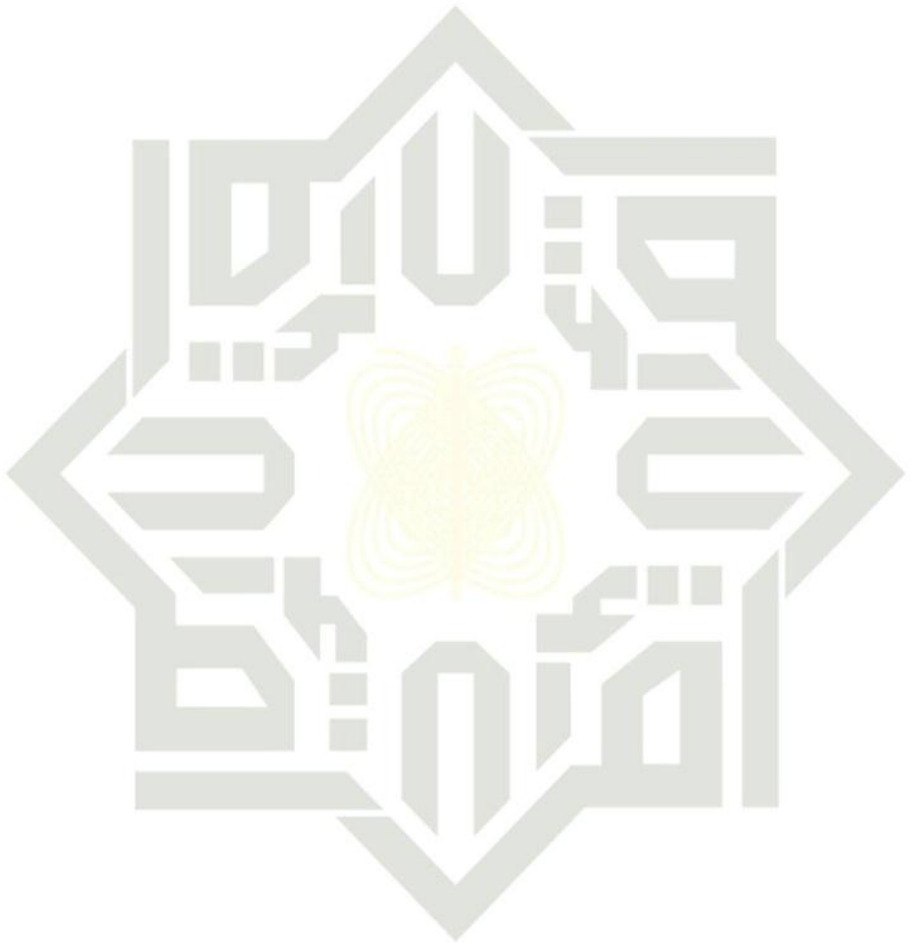
Sujarweni, V Wiratna dan Poly Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suliyanto. 2011. *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi

- 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.

Ami, Arum Puspa. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta*). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Negeri Yogyakarta.

Anal, Veitzhal Rivai. 2014. *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta : BPFE.



UIN SUSKA RIAU



Survei Sampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PAKAIAN IMPOR SECOND DI PASAR BONGKOK (PJ) TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat saya :

Nama : Novita Sari

Nim : 11625203952

Memohon dengan kesedian Saudara/I untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian saya lakukan dalam rangka menyelesaikan mata kuliah (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

Perhatian dan kerjasama Saudara/I dalam mengisi daftar pernyataan ini, saya ucapkan terimakasih

Hormat Saya,

Novita Sari

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau cara lain tanpa izin dari penerbit atau penyalur.
 - 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 seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.



kor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pernyataan yang diberi nilai 1-5 yaitu :

STS = 1 TS = 2 KS = 3 S = 4 SS = 5

A. Variabel Kualitas Produk (X1)

	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
A.	Kinerja (<i>performance</i>)					
1.	Pasar Jongkok menyediakan berbagai jenis produk					
2.	Karakteristik produk di Pasar Jongkok nyaman ketika digunakan					
B.	Ciri-ciri/Keistimewaan tambahan (<i>feature</i>)					
3.	Pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok selalu berbeda tidak ada yang sama					
4.	Produk yang ditawarkan di Pasar Jongkok memiliki keistimewaan tersendiri dibanding dengan produk ditempat lain					
C.	Keandalan (<i>reliability</i>)					
5.	Pakaian impor <i>second</i> tidak mudah rusak atau sobek					
6.	Kemungkinan pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok mengalami kerusakan kecil					
D.	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>)					
7.	Pakaian impor <i>second</i> memiliki kualitas yang baik sesuai dengan standar yang sudah					

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

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta UIN Suska Riau
Sateh Ismail, UIN Suska Riau
Syaiful 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.

	ditetapkan					
	Pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok sempurna dan bebas dari cacat					
	Daya tahan (<i>durability</i>)					
	Pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok mempunyai daya tahan produk yang awet					
	Saya merasa pakaian impor <i>second</i> dapat digunakan lebih dari 5 tahun					
	F. Dimensi kemudahan perbaikan (<i>serviceability</i>)					
11.	Kualitas pelayanan di Pasar Jongkok sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh produsen					
12.	Saya merasakan pelayanan di Pasar Jongkok sesuai dengan produk yang saya butuhkan					
	G. Estetika (<i>aesthetic</i>)					
13.	Model atau penampilan produk pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok menarik & mengesankan					
14.	Lampiran produk di Pasar Jongkok memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen					
	H. Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)					
15.	Kualitas pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok sesuai dengan yang saya harapkan					
16.	Produk pakaian impor <i>second</i> memiliki kualitas kain yang nyaman dipakai dan bahannya dingin					

- B. Variabel Harga (X2)**
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
	Keterjangkauan harga					
18.	Harga pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok dapat dijangkau oleh semua kalangan					
19.	Saya membeli pakaian impor <i>second</i> karena harganya sesuai dengan kemampuan saya					
	Daya saing harga					
19.	Harga pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok cukup bersaing dengan produk sejenis ditempat lain					
20.	Harga pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok sesuai dengan daya beli masyarakat					
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
21.	Pakaian impor <i>second</i> memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
22.	Harga pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok sesuai dengan hasil produk yang diinginkan					
	Keseuaian harga dengan manfaat produk					
23.	Harga pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
24.	Harga pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok sesuai dengan harapan saya					

Variabel Keputusan Pembelian (X3)

Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
A. Perhatian (<i>attention</i>)					
26. Pertama kali melihat warna/tampilan produk membuat saya tertarik					
29. Saya tertarik menggunakan produk pakaian impor <i>second</i> karena teman dan keluarga saya juga memakai produk pakaian impor <i>second</i>					
B. Ketertarikan (<i>interest</i>)					
27. Saya tertarik membeli pakaian impor <i>second</i> di Pasar Jongkok karena modelnya menarik					
28. Saya memilih produk di Pasar Jongkok karena sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan saya					
C. Keinginan (<i>destre</i>)					
29. Saya akan memilih produk pakaian impor <i>second</i> yang lain dimasa mendatang					
30. Saya mencari informasi produk pakaian impor <i>second</i> kepada teman yang menggunakan produk-produk pakaian di Pasar Jongkok					
D. Tindakan (<i>action</i>)					
31. Saya memilih pakaian impor <i>second</i> karena saya percaya produknya berkualitas					
32. Saya akan terus menggunakan pakaian impor <i>second</i> hingga dimasa mendatang					

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

Statistics

		Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
N	Valid	37	37	37
	Missing	0	0	0
	Mean	61,95	32,30	32,54
	Median	62,00	32,00	34,00
	Mode	63	32	34
	Std. Deviation	3,472	1,808	2,433
	Variance	12,053	3,270	5,922
	Range	18	8	7
	Minimum	54	28	29
	Maximum	72	36	36
	Sum	2292	1195	1204

Frequency Table

		Kualitas Produk			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	54	1	2,7	2,7	2,7
	55	1	2,7	2,7	5,4
	57	2	5,4	5,4	10,8
	58	2	5,4	5,4	16,2
	59	2	5,4	5,4	21,6
	60	2	5,4	5,4	27,0
	61	4	10,8	10,8	37,8
	62	5	13,5	13,5	51,4
	63	8	21,6	21,6	73,0
	64	4	10,8	10,8	83,8
	65	4	10,8	10,8	94,6

Correlations

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.
 - 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 seluruhnya dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	Total _X1
X Pearson Correlation	1	,177	,288	-,094	-,144	,590**	,127	,115	,002	,287	,313	,160	-,094	,218	-,108	-,112	,385*
Sig. (2-tailed)		,296	,084	,581	,394	,000	,453	,499	,990	,085	,060	,343	,581	,195	,524	,508	,019
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X Pearson Correlation	,177	1	,467**	,370*	,187	,315	,427**	,341*	,353*	,293	,574**	,655**	,370*	,315	,221	,109	,760*
Sig. (2-tailed)	,296		,004	,024	,269	,058	,008	,039	,032	,078	,000	,000	,024	,058	,189	,520	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X Pearson Correlation	,288	,467**	1	,442**	,045	,467**	,222	,207	,030	,407*	,344*	,332*	-,012	,467**	,009	,469**	,625*
Sig. (2-tailed)	,084	,004		,006	,793	,004	,186	,220	,859	,012	,037	,045	,942	,004	,960	,003	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

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

Hak (Sig. (2-tailed)																				
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37			
X Pearson	,453	,008	,186	,825	,468	,825	,049	,042	,015	,006	,130	,002	,248	,420	,407			,000			
Correlation																					
Sig. (2-tailed)																					
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37		
X Pearson	,115	,341*	,207	,164	,082	-,164	,326*	1	,156	,321	,308	,031	,164	,139	,204	-,046			,472*		
Correlation																					
Sig. (2-tailed)																					
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37		
X Pearson	,002	,353*	,030	,385*	,371*	-,068	,336*	,156	1	,134	,356*	,424**	,385*	-,227	,174	,040				,503*	
Correlation																					
Sig. (2-tailed)																					
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	
X Pearson	,287	,293	,407*	,401*	-,220	,120	,397*	,321	,134	1	,358*	,204	-,120	,250	,267	,203					,590*
Correlation																					
Sig. (2-tailed)																					
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37



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

X Pearson	,31	,57	,34	,04	,26	,32	,44	,30	,35	,35	1	,68	,40	,14	,10	,08	,747*
. Correlation	3	4**	4*	0	7	9*	6**	8	6*	8*		8**	8*	4	1	0	*
Sig. (2-tailed)	,060	,000	,037	,815	,109	,047	,006	,063	,031	,030		,000	,012	,394	,550	,636	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X Pearson	,16	,65	,33	,39	,31	,30	,25	,03	,42	,20	,68	1	,39	,12	,21	,15	,694*
. Correlation	0	5**	2*	9*	9	4	3	1	4**	4	8**		9*	8	3	0	*
Sig. (2-tailed)	,343	,000	,045	,014	,054	,067	,130	,856	,009	,225	,000		,014	,450	,205	,375	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X Pearson	-	,37	-	-	,38	,02	,50	,16	,38	-	,40	,39	1	,02	,02	-	,343*
. Correlation	,094	0*	,012	,028	9*	8	3**	4	5*	,120	8*	9*		8	0	,215	*
Sig. (2-tailed)	,581	,024	,942	,870	,017	,870	,002	,333	,019	,481	,012	,014		,870	,909	,200	,037
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X Pearson	,21	,31	,46	,02	-	,48	,19	,13	-	,25	,14	,12	,02	1	,16	,05	,362*
. Correlation	8	5	7**	8	,101	6**	5	9	,227	0	4	8	8		1	6	*

1. Di
1. Di
- 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.

	Sig. (2-tailed)	,195	,058	,004	,870	,552	,002	,248	,411	,178	,136	,394	,450	,870	,341	,742	,028
X Pearson																	
1	Correlation	-,108	,221	,009	,380*	,030	-,020	,137	,204	,174	,267	,101	,213	,020	,161	,151	,374*
5	Sig. (2-tailed)	,524	,189	,960	,020	,860	,909	,420	,225	,303	,111	,550	,205	,909	,341	,371	,023
X Pearson																	
1	Correlation	-,112	,109	,469**	,422**	-,108	,215	-,140	-,046	,040	,203	,080	,150	-,215	,056	,151	,277
6	Sig. (2-tailed)	,508	,520	,003	,009	,523	,200	,407	,788	,815	,229	,636	,375	,200	,742	,371	,097
T Pearson																	
0	Correlation	,385*	,760**	,625**	,489**	,290	,387*	,547**	,472**	,503**	,590**	,747**	,694**	,343*	,362*	,374*	,277
1	Sig. (2-tailed)	,019	,000	,000	,002	,082	,018	,000	,003	,002	,000	,000	,000	,037	,028	,023	,097
N		37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

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

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

X2. Pearson										
8 Correlation	,560**	,246	,593**	,284	,191	,173	,180	1	,762**	
Sig. (2-tailed)	,000	,143	,000	,088	,257	,307	,287		,000	
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Tot Pearson										
al_ Correlation	,687**	,554**	,580**	,533**	,604**	,502**	,308	,762*		1
X2 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,002	,064	,000		
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

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

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

Correlations

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y
Y.1 Pearson	1	,117	,061	,172	,232	,431**	,187	,460**	,621**
Correlation									
Sig. (2-tailed)		,490	,718	,309	,167	,008	,269	,004	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Y.2 Pearson	,117	1	,207	,293	,214	,240	,520*	,340*	,630**
Correlation									
Sig. (2-tailed)	,490		,220	,079	,203	,152	,001	,040	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Y.3 Pearson	,061	,207	1	,004	,112	,081	,216	,348*	,445**
Correlation									
Sig. (2-tailed)	,718	,220		,981	,508	,634	,198	,035	,006
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Y.4 Pearson	,172	,293	,004	1	,168	,135	,467*	,101	,447**
Correlation									
Sig. (2-tailed)	,309	,079	,981		,320	,426	,004	,551	,006
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Y.5 Pearson	,232	,214	,112	,168	1	-,021	,101	,290	,437**
Correlation									
Sig. (2-tailed)	,167	,203	,508	,320		,902	,553	,081	,007



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

1. Di
Hak (

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.

N		37	37	37	37	37	37	37	37	
Y.6	Pearson	,431*	,240	,081	,135	-,021	1	,154	,511**	,611**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,008	,152	,634	,426	,902		,364	,001	,000
N		37	37	37	37	37	37	37	37	37
Y.7	Pearson	,187	,520*	,216	,467*	,101	,154	1	,113	,564**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,269	,001	,198	,004	,553	,364		,504	,000
N		37	37	37	37	37	37	37	37	37
Y.8	Pearson	,460*	,340*	,348*	,101	,290	,511**	,113	1	,749**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,004	,040	,035	,551	,081	,001	,504		,000
N		37	37	37	37	37	37	37	37	37
Total	Pearson	,621*	,630*	,445**	,447*	,437**	,611**	,564*	,749**	1
_Y	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,006	,006	,007	,000	,000	,000	
N		37	37	37	37	37	37	37	37	37

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	37	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	37	100,0

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



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	57,57	10,697	,200	,770
X1.2	58,03	9,694	,689	,715
X1.3	57,92	10,577	,553	,734
X1.4	57,92	11,521	,452	,751
X1.5	58,30	11,215	,125	,773
X1.6	57,97	11,638	,345	,754
X1.7	58,03	10,805	,467	,740
X1.8	58,49	10,535	,334	,750
X1.9	58,16	10,473	,374	,745
X1.10	58,49	9,812	,447	,738
X1.11	58,05	9,886	,679	,718
X1.12	58,08	9,965	,611	,723
X1.13	57,92	11,688	,301	,756
X1.14	58,00	11,333	,276	,753
X1.15	58,00	11,056	,250	,756
X1.16	58,27	11,314	,128	,769

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



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

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	37	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	37	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	8

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	37	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	37	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	8



Normal Tests

- Hak Cipta Diindungi
 1. Dilarang mengu...
 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.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,86100863
Most Extreme Differences	Absolute		,147
	Positive		,084
	Negative		-,147
Test Statistic			,147
Asymp. Sig. (2-tailed)			,043 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,372 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,360
		Upper Bound	,385

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,791	6,477		,122	,903		
	Kualitas Produk	,234	,110	,334	2,123	,041	,696	1,437
	Harga	,534	,212	,397	2,526	,016	,696	1,437

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



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

1. Di Di
Hak ((H
an atas seluruh
Undang UIN
usl
antumkan
Sumber:
mic U
yarif Kasim Riau

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.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,644 ^a	,415	,381	1,91496	1,400

- a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Kualitas Produk ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,644 ^a	,415	,381	1,91496

- a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,508	2	44,254	12,068	,000 ^b
	Residual	124,681	34	3,667		
	Total	213,189	36			

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya dengan menyebutkan sumbernya.
 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 memuatkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	Total
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	65	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	65	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	64	
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	61	
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	61	
4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	58	
3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	59	
4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	57	
3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	58	
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	62	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	62	
4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	61	
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	60	
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	63	
3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	57	
4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	59	
3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3	4	3	55	
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	62	
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	54	
4	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	63	
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	60	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	63	
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	63	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	63	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	64	
5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	61	
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	62	
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	65	
30	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	62	
31	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	3	69	

- 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. Untuk dipublikasikan dengan tujuan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengutamakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	72
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	63	
4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	63	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	63	

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1	5	5	4	5	4	4	4	4	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	3	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	3	4	4	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	4	4	4	3	4	4	31
8	4	4	3	4	4	4	4	3	30
9	4	4	4	4	4	3	4	4	31
10	5	4	4	4	4	4	4	4	33
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	5	4	4	4	4	3	4	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	4	4	4	4	4	4	4	33
15	4	4	4	4	4	4	4	3	31
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	3	4	3	3	3	4	4	28
19	5	4	4	5	4	3	4	5	34
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	3	3	3	4	29
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	4	5	4	33
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	4	4	3	3	30

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

6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	4	4	4	4	3	4	4	31
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	4	4	4	4	4	4	5	34
11	5	5	5	4	4	4	4	5	36
12	5	4	4	4	4	4	4	4	33
13	4	4	4	5	4	5	4	5	35
14	5	5	4	4	4	4	4	5	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	4	5	4	4	4	4	5	35
17	5	4	5	4	5	4	4	5	36

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total
1	4	5	4	4	4	5	4	4	34
2	5	4	4	4	4	5	4	4	34
3	4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	5	4	4	4	5	4	4	4	34
5	4	4	4	3	3	4	4	4	30
6	3	4	4	4	4	4	4	3	30
7	4	4	4	4	4	5	4	5	34
8	4	4	4	3	4	4	3	4	30
9	4	4	4	4	4	3	4	3	30
10	5	4	4	4	4	5	4	4	34
11	5	4	4	4	4	5	4	4	34
12	4	4	4	4	4	5	5	4	34
13	5	4	4	4	5	4	4	4	34
14	4	3	4	4	3	4	4	4	30
15	4	4	4	4	3	4	4	3	30
16	4	3	4	4	4	4	4	3	30
17	5	4	5	4	4	4	4	4	34
18	4	4	3	4	4	4	4	3	30
19	5	4	4	4	4	4	4	5	34
20	4	4	3	4	4	3	4	3	29

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1	3	4	4	4	4	3	4	3	29
2	4	4	3	4	4	4	3	4	30
3	5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	4	3	4	4	4	3	4	3	29
5	4	3	4	4	4	4	3	3	29
6	4	4	4	3	4	3	4	3	29
7	5	4	5	4	4	4	4	5	35
8	5	4	4	4	4	5	4	5	35
9	4	4	4	4	5	4	4	5	34
10	5	4	3	4	4	4	4	4	32
11	5	4	4	4	5	4	5	4	35
12	5	4	4	4	4	4	4	4	33
13	4	5	5	4	5	4	4	5	36
14	4	5	4	5	4	4	5	4	35
15	4	5	5	4	4	4	5	4	35
16	5	5	4	4	4	5	5	4	36
17	5	5	4	5	4	4	5	4	36

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

DOKUMENTASI

1. Dilarang mengutip, menyalin, menduplikasi, menyebarkan, atau menggunakan materi yang terdapat dalam dokumen ini untuk tujuan komersial, politik, atau lainnya.
 - 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.



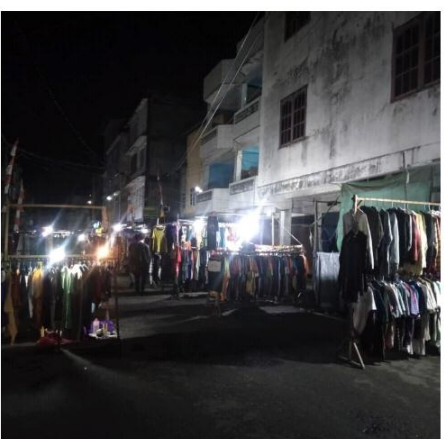
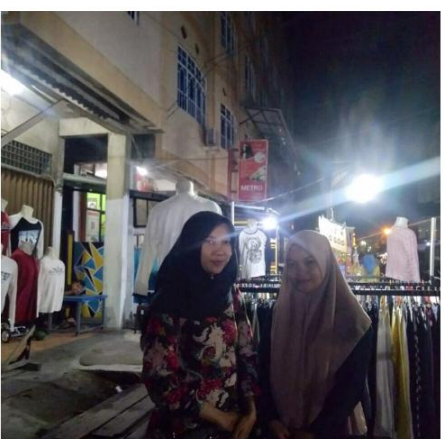
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



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 (
1. Di
 - 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.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (Pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** yang ditulis oleh:

Nama : NOVITA SARI
 NIM : 11625203952
 Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 18 Agustus 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Heri Sunandar, MCL.

Sekretaris
Mutasir, S.HL., M.Sy

Penguji I
Dr. H. Zul Ikromi, Lc., MA

Penguji II
Dr. H. Helmi Basri, Lc., MA

Mengetahui :
 Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag
 NIP. 19750801 200701 1 023



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



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NOVITA SARI
 NIM : 11625203952
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH
 Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PAKAIAN IMPOR *SECOND* DI PASAR JONGKOK (PJ) TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Pembimbing : Dr. Amrul Muzan, SHi, M.Ag

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

Pekanbaru, 26 Agustus 2020

Pimpinan Redaksi,



M. Alpi Svahrin, SH., MH., CPL
 NIP. 19880430 201903 1 010



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.01.1/10084/2019
Sifat : Penting
Lamp. : -
Hal : **Pembimbing Skripsi**

Pekanbaru, 23 Desember 2019

Kepada
Yth. Dr. Amrul Muzan, M.Ag
Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

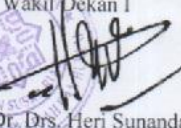
Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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 : Novita Sari
NIM : 11625203952
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 Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam"

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan I

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

Tembusan:
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

- Hak (
1. Di
 - 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 (

© H

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



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA 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.00.9/10082/2019
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 23 Desember 2019

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

Nama	: Novita Sari
NIM	: 11625203952
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: VII (Tujuh)
Lokasi	: Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir

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.

Rektor
Dean

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag.
NIP. 19580712 198603 1005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



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



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

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

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

Proposal dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor *Second* Di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam, ditulis oleh saudara :

Nama	: Novita Sari
NIM	: 11625203952
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada	: 12 Desember 2019
Hari / Tanggal	: Kamis, 12 Desember 2019
Narasumber	: Nuryanti, SEi, ME. Sy

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

Pekanbaru, 23 Desember 2019

Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

Narasumber

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

Nuryanti, SEi, ME.Sy
NIK. 130217032



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

كآية 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

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/358/2020

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

Nama : NOVITA SARI
N I M : 11625203952
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. Di
 - 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. Di
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA 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 P.O. 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 | : Novita sari |
| 2. NOMOR MAHASISWA | : 11625203952 |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN | : Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian impor second dipasar jongkok (PJ) tembilahan kabupaten indragiri hilir dalam perspektif ekonomi islam |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan | : Kamis / 12 Desember 2019 |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah | : |
| a. Judul | : Disetujui / Ditolak / Disempurnakan |
| b. Latar Belakang Masalah | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| c. Permasalahan | : Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | : Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada) | : Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada) | : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam |
| g. Metode Penelitian | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| h. Daftar Pustaka | : Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti |

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

NARASUMBER

Nuryanti, SEI., ME.Sy

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar
Dikonsultasikan dengan WD I



Hak (

© H

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



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id Kode Pos : 28126



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/29198
 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./IPP.00.9/10082/2019 Tanggal 23 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


- 1. Nama : **NOVITA SARI**
- 2. NIM / KTP : **11625203952**
- 3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
- 4. Jenjang : **S1**
- 5. Alamat : **PEKANBARU**
- 6. Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PAKAIAN IMPOR SECOND DI PASAR JONGKOK (PJ) TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**
- 7. Lokasi Penelitian : **PASAR JONGKOK (PJ) TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

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 sepenuhnya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 26 Desember 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

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



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



RIWAYAT PENULIS

Novita Sari, telah lahir di Tembilahan, 09 November 1998, anak dari pasangan Ayahanda Toni (Alm) dan Ibunda Fitria. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara, yaitu M.Indra Saputra, dan Kamila Nur Safitri.

Pada tahun 2004 penulis masuk Sekolah Madrasah Ibtidaiyah Sa'adah El-Islamiyah Tembilahan Kota dan lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan sekolah tingkat pertama pada tahun yang sama di SMPN 1 Tembilahan Hulu dan lulus pada tahun 2013. Selanjutnya di tahun yang sama masuk pada sekolah menengah akhir di SMAN Tembilahan dan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 melalui jalur ujian Mandiri diterima menjadi mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bulan Juli sampai Agustus 2018 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di BPR Gemilang Tembilahan. Pada bulan Juli sampai Agustus 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pancur, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir.

Akhirnya tepat pada hari Jum'at tanggal 07 Agustus 2020 di Munaqasahkan dalam sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dan berhak menyanggah gelas Sarjana Ekonomi (SE) dengan predikat Sangat Memuaskan.

MOTTO

*"Allah memberikan apa yang kita butuhkan.
Bukan apa yang kita inginkan"*