



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa **mencantumkan dan menyebutkan** sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO TOKO
RAJA SOFA PEKANBARU DITINJAU DARI PERSEPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE)**



Oleh

TUGIMIN

NIM. 11525104596

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
2021**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau dari Persepektif Ekonomi Islam**, yang ditulis oleh:

Nama : Tugimin
NIM : 11525104596
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 24 Agustus 2020
Pembimbing Skripsi

Budi Azwar, S.E., M.Ec
NIP. 19800104200801 1005

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA OKO RAJA SOFA PEKANBARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

Nama : **TUGIMIN**
NIM : **11525104596**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : **Rabu, 03 Februari 2021**
Waktu : **08.00 WIB**
Tempat : **Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum**

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

Pekanbaru, Februari 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Petua
Dr. Wahidin, M. Ag

Sekretaris
Madona Khairunnisa, ME. Sy

Penguji I
Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak. CA

Penguji II
Dr. H. Johari, M.Ag

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau dari Persepektif Ekonomi Islam”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru dan untuk mengetahui persepektif ekonomi syariah tentang harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional yang dilaksanakan di Toko Raja Sofa Pekanbaru. Populasi penelitian adalah konsumen Toko Raja Sofa Pekanbaru sebanyak 316 orang yang melakukan pembelian di Toko Raja Sofa tahun 2019. Sampal diambil dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Variable terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, sedangkan variable bebasnya adalah harga dan kualitas produk. Data dianalisis menggunakan metode *Deskriptif Kuantitatif* dengan regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan SPSS 21..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh negative dan signifikan variable harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Pengaruh kedua variabel tersebut adalah sedang karena nilai *R Square* sebesar 55.2% berada pada rentang 0.40-0.599. sedangkan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru sesuai dengan konsep teori ekonomi syariah yaitu; Kesederhanaan, Kejelasan dan Kepastian, Keamanan, Keterbukaan, Efesien, Keadilan yang merata dan Ketepatan waktu, Karena pelayanan prima dalam system ekonomi syariah sangat mengedepankan unsur-unsur tersebut.

UIN SUSKA RIAU

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

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah”** yang disusun sebagai syarat Akademis dalam penyelesaian Program Studi Ekonomi Syariah (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saya sebagai penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Untuk yang tersayang dan teristimewa keluargaku, Ayahanda Tukiran tercinta dan Ibunda Suginah (Almh) tercinta yang telah memberikan dukungan secara moril maupun materil serta doa yang tulus demi penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Suyitno S.Ag. M.Ag, selaku Plt Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sekaligus Dosen pembimbing Akademik beserta Wakil Rektor I, Wakil Rektor II, dan Wakil Rektor III.
3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, Wakil Dekan III, yang telah mempermudah proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Syahpawi, S.Ag., M.Sy, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Sekretaris Jurusan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak,CA yang telah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

memberikan bantuan kepada penulis menuntut ilmu di jurusan.

5. Bapak Budi Azwar, S.E.,M.Ec. selaku Dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran-saran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag, selaku Penasehat Akademik yang telah banyak membantu dalam memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan saya sebagai mahasiswa di Fakultas Syariah dan Hukum.
7. Seluruh karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan baik secara langsung maupun tidak langsung
8. Bapak/Ibu karyawan perpustakaan Universitas dan Fakultas Syari'ah dan Hukum karena telah memberikan kemudahan dalam peminjaman buku-buku.
9. Pemilik Toko Raja Sofa Pekanbaru Ibu Atry, S.E, atas segala bantuan yang diberikan, semoga menjadi amal shaleh di sisi Allah SWT.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Pekanbaru, Maret 2021
Penulis

TUGIMIN
NIM. 11525104596



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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

DAFTAR ISI

Persetujuan	i
Pengesahan	
Abstrak	i
Kata pengantar.....	ii
Daftar isi	iv
Daftar tabel.....	vii
Daftar Gambar	ix
BABI : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Metode Penelitian	7
1. Lokasi Penelitian	7
2. Subjek dan Objek Penelitian	7
3. Populasi dan Sampel	8
4. Sumber Data.....	9
5. Teknik Pengumpulan Data.....	9
6. Metode Analisa Data.....	10
7. Teknik Analisa Data.....	11
8. Hipotesis Penelitian	17
9. Definisi Operasional Variabel Penelitian	18
10. Penelitian Terdahulu	20
11. Sistematika Penulisan	25
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Kota Pekanbaru	26
B. Wilayah Geografis Kota Pekanbaru	27
C. Gambaran Toko Raja Sofa.....	28
D. Visi dan Misi Toko Raja Sofa Pekanbaru.....	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

E. Tujuan Perusahaan	29
----------------------------	----

BAB III : TINJAUAN TEORETIS

A. Harga	32
1. Definisi Harga.....	32
2. Tujuan Penetapan Harga.....	34
3. Indikator Harga	36
B. Kualitas Produk.....	37
1. Definisi Kualitas Produk	37
2. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas	38
3. Dimensi Kualitas Produk.....	39
4. Indikator Kualitas Produk	41
C. Keputusan Pembelian	43
1. Pengertian Keputusan Pembelian	43
2. Proses Pengambilan Keputusan Membeli	44
3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	46
D. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	46
E. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	47
F. Kerangka Pemikiran	48
G. Hipotesis Penelitian	49

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	50
1. Karakteristik Responden.....	50
2. Deskriptif Penelitian.....	53
3. Uji Kualitas Data	67
4. Uji Asumsi Klasik	69
5. Pengujian Regresi Linier Berganda.....	73
6. Pengujian Hipotesis	75
B. Pembahasan.....	78
C. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang Harga dan Kualitas Produk Terhadap Harga Dan Kualitas Produk Terhadap	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

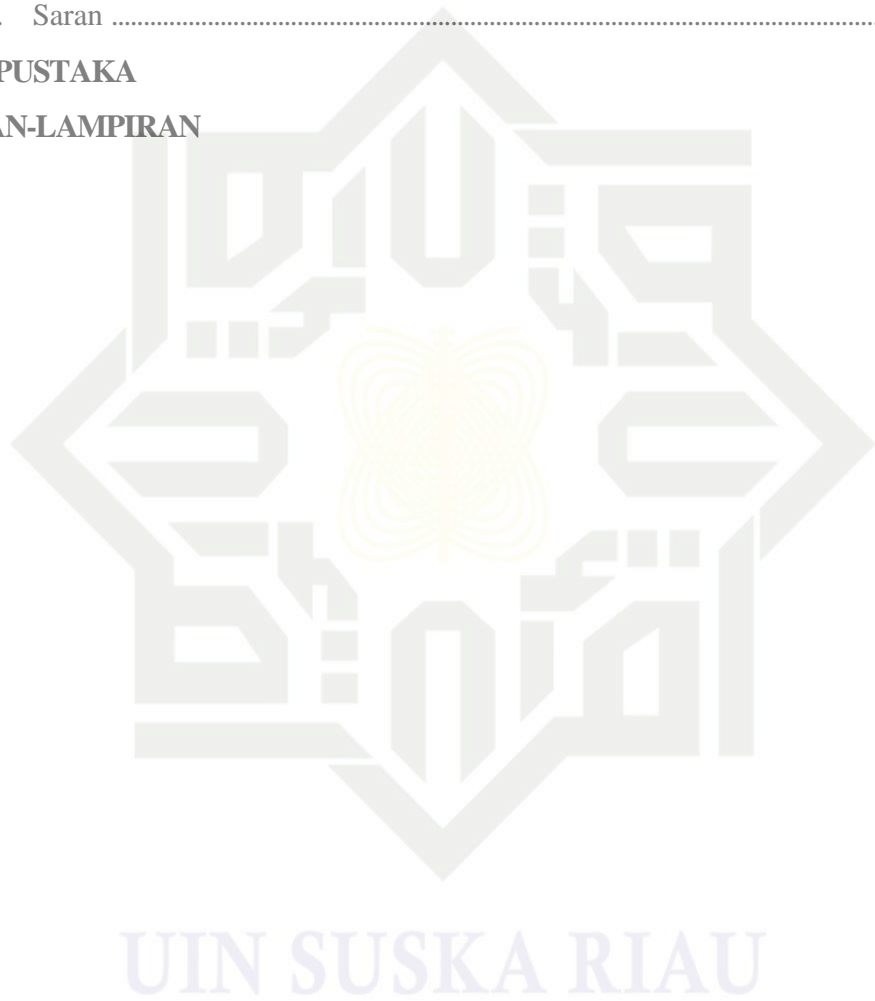
Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.....	79
--	----

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1..1 Data Penjualan Sofa bulan Januari – Juli 2019	3
Tabel 1.2. Kualitas Produk di Raja Sofa Pekanbaru	4
Tabel 1.3. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	17
Tabel 1.4. Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional.....	20
Tabel 1.5. Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	44
Tabel 3.2. Kerangka Pemikiran	48
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Tentang Indikator Keterjangkauan Harga	53
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Tentang Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	54
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Tentang Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	55
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Tentang Indikator Daya Saing Harga.....	56
Tabel 4.9. Rekapitulasi Harga	56
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Tentang Indikator Daya Tahan Produk	57
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Tentang Indikator Kesesuaian Terhadap Spesifik	58
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Tentang Indikator Fitur	59
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Tentang Indikator Reabilitas	60
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Tentang Indikator Estetika	61
Tabel 4.15. Tanggapan Responden Tentang Indikator Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk	62
Tabel 4.16. Tanggapan Responden Indikator Tentang Keinginan Mencoba	64
Tabel 4.17. Tanggapan Responden Tentang Indikator Kemantapan 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.

Kualitas Suatu Produk.....	65
Tabel 4.18. Tanggapan Responden Tentang Indikator Kurang Memperhatikan Merek, Iklan, Dan Harga Pesaing	66
Tabel 4.19. Hasil Uji Validitas Harga (X1).....	68
Tabel 4.20. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	68
Tabel 4.21. Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y).....	69
Tabel 4.22. Hasil Uji Realibitas.....	70
Tabel 4.23. Uji Multikolinieritas Coefficientsa	72
Tabel 4.24. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.25. Hasil Pengujian (Uji t).....	75
Tabel 4.26. Hasil Pegujian Hipotesis Untuk Uji Simultan Dengan F- Test7	76
Tabel 4.27. Hasil Pengujian untuk Uji Koefisien Determinasi (R ²)	77

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	45
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability P-Plot.....	71
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	73





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar –benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini Perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Diantara proses alternatif dan pengambilan keputusan terdapat keputusan pembelian konsumen (*purchase intention*).¹

Dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menetapkan harga. Harga sangat menentukan kelangsungan

¹ Philip Kotler & Lene Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhalindo, 2008, h. 234



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau barang tersebut ketika dijual. Sehingga, harga hanya dipatok dengan cara yang kompetitif, antara pebisnis atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan. Jadi kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi konsumen, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya.²

Bisnis Furniture merupakan lahan yang sangat potensial bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia, karena bisnis ini bisa menyerap banyak tenaga kerja. Jika dilihat potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia, sangat mungkin untuk dikembangkan serta ditingkatkan kualitas pada bisnis furniture. Sumber daya alam yang melimpah serta jumlah warga Indonesia yang cukup banyak membuat para wirausaha berminat untuk mempertahankan bahkan memulai bisnis Furniture ini dengan mengansumsikan bahwa karyawan memegang peranan penting untuk keberhasilan perusahaan.

Toko Raja Sofa Pekanbaru merupakan usaha *furniture* yang berada di Pekanbaru yang sudah mempunyai *Standard Operating Procedure* (SOP) untuk menjaga kualitas pelayanannya. Toko Raja Sofa Pekanbaru bergerak dalam bidang *furniture* (mebel), yaitu membuat bahan mentah kayu jati untuk diubah menjadi bahan jadi seperti lemari, kursi, kusen, pintu, meja, serta peralatan rumah tangga. Dalam proses produksi barang dibuat sesuai dengan orderan. Sebelum barang dikirim barang di check fisik agar tidak terjadi return in repair. Jika barang

² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: IAIN Pres, 2009, h. 107

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

terjadi return in repair maka selain terjadi keterlambatan dalam proses pengiriman maka perusahaan akan mendapatkan blacklist dari konsumen.

Toko Raja Sofa Pekanbaru dalam memasarkan produknya di lakukan sendiri tanpa menitipkan barang di toko lain. Pemasaran produk tersebut memakai berbagai media seperti *instagram* dengan nama Rajasofa.id dan rajasofa ready-stock, Web Site yaitu Rajasofa. Id, melakukan iklan di TV Riau, melakukan pameran seperti di Mall SKA. Berikut adalah data penjualan sofa di Toko Raja Sofa dari bulan Januari – Juli 2019.

Tabel I.1
Data Penjualan Sofa bulan Januari – Juli 2019

No	Bulan	Target Penjualan	Penjualan Sofa/Set	%
1	Januari	30	18	60.00
2	Februari	30	10	33.33
3	Maret	30	8	26.67
4	April	30	7	23.33
5	Mei	30	15	50.00
6	Juni	30	21	70.00
7	Juli	30	4	13.33
Jumlah			83	

Sumber: Toko Raja Sofa Pekanbaru, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah penjualan sofa di Toko Raja Sofa dari bulan ke bulan berfluktuatif bahkan pada bulan Juli mengalami penurunan. Selain itu target penjualan dari tiap bulan juga tidak tercapai. Realisasi terendah dari yang ditargetkan adalah bulan Juli hanya mencapai 4 sofa/set atau 13.33%. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan belum bisa mencapai target yang diharapkan pengusaha.

Keputusan pembelian adalah tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian pelanggan seringkali diawali dan

dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan (*stimulus*) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam dirinya sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi pelanggan yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks, dan salah satunya adalah motivasi pelanggan untuk membeli.³

Kualitas produk merupakan faktor penentu keputusan pembelian sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk suatu produk akan terpenuhi. Dengan memberikan kualitas produk yang baik, maka keputusan pembelian konsumen akan tinggi pula. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁴ Kualitas produk menjaditolak ukur dalam memuaskan konsumen/ pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kualitas produk di Toko Raja Sofa memiliki beberapa macam. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel I. 2. Data
Kualitas Produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru**

No	Keterangan
1	Menggunakan bahan kain yang tidak menyerap debu
2	Model sofa dapat dibuat sendiri oleh konsumen
3	Menggunakan kayu yang tahan lama
4	Ramah lingkungan bagi anak-anak

Sumber: Toko Raja Sofa Pekanbaru, 2019

³ Kinnear, Thomas C. and James R. Taylor, 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text, h. 23

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008, h. 95

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Toko Raja Sofa Pekanbaru sudah memiliki kualitas produk yang aman digunakan oleh konsumen karena ramah lingkungan sebab menggunakan bahan kain yang tidak menyerap debu sehingga tidak mengganggu ketika di gunakan dan menyebabkan alergi pada anak.

Harga berfungsi sebagai penentu utama dari pilihan pembeli, karena harga yang sesuai dengan kualitas, terjangkau dan lebih rendah dari harga pesaing akan membuat para konsumen merasa puas. Harga sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan agar para konsumennya merasa puas, selain itu harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.⁵

Berdasarkan latar belakang inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul :”**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau dari Persepektif Ekonomi Islam**”

B. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya meneliti harga, kualitas produk dan keputusan pembelian pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.

⁵ Philip Kotler, *Op.. Cit*, h. 296

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru?
2. Bagaimana Persepektif ekonomi syariah tentang harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui persepektif ekonomi syariah tentang harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

Bagi Perusahaan

Untuk membantu informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian untuk di masa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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 Penulis

Dapat menerapkan teori yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis terima serta untuk tambahan informasi dan memperluas pengetahuan

Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penulis mengambil lokasi penelitian di Toko Raja Sofa Pekanbaru Jl. Teropong No. 28 Kecamatan Tampan Kelurahan Sidomulyo Barat. Waktu penelitian akan dilaksanakan setelah proposal ini diseminarkan dan telah mendapat surat izin riset dari kampus untuk melakukan penelitian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Toko Raja Sofa Pekanbaru. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji.⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Raja Sofa Pekanbaru sebanyak 316 orang yang melakukan pembelian di Toko Raja Sofa tahun 2019.

b. Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sofa di Raja Sofa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *slovin* sebagai berikut :

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

Keterangan :

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel yang dicari

E = tingkat kesalahan / batas toleransi kesalahan (*error*) sebesar 10%

$$n = \frac{N}{1 + \{N(e)^2\}} = \frac{316}{1 + \{316(0,1)^2\}} = \frac{316}{1 + \{316(0,01)\}} = \frac{316}{4,16} = 75,96$$

Maka, diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 76 konsumen yang melakukan pembelian lebih dari dua kali di Raja Sofa.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Sumber Data**a. Data Primer**

Merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang diperoleh langsung dari konsumen secara tertulis yang terkait dengan indikator-indikator yang diteliti. Dengan demikian sumber data yang digunakan adalah data primer karena peneliti langsung mengumpulkan data dari tiap konsumen dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumentasi, angket dan literatur kepustakaan seperti buku-buku serta sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran sang peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang sudah disusun dengan cermat. Untuk penelitian ini peneliti menggunakan tiga macam cara yaitu mengumpulkan data dengan observasi, angket dan dengan menggunakan dokumentasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek.⁷ Peneliti melakukan pengamatan langsung di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru sebagai objek penelitian.

2. Angket

Angket merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan kepada konsumen untuk diisi.⁸

3. Dokumentasi

Dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dokumentasi yang berbentuk data penumpang.⁹

6. Metode Analisa Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif yaitu data yang terkumpul dianalisis dengan menguraikan serta mengaitkan dengan teori-teori yang ada dengan permasalahan yang ada, yang kemudian akan memberikan hasil yang relevan untuk selanjutnya kemudian diambil kesimpulan dan saran.¹⁰

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif & Kualitas R&B)*. Bandung: Alfabeta, 2015, hlm. 204

⁸ Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2014, hlm. 113

⁹ Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 114

¹⁰ Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia, 2002, hlm.150

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

7. Teknik Analisa Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua.¹¹

Adapun persamaan model regresi berganda tersebut adalah:

$$Y = a + \beta_i X_1 + \beta_i X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

e = Error Term

β_i = Koefisien Regresi

i = 1.

b. Uji Normalitas Data

Normalitas data merupakan asumsi yang sangat mendasar dalam analisis multivariate. Jika variasi yang dihasilkan dari distribusi yang tidak normal, maka uji statistik yang dihasilkan tidak valid. Selanjutnya normalitas dibutuhkan dalam melakukan uji statistik F dan t.¹² Normalitas dapat diuji dengan berbagai cara, diantaranya dengan uji statistic *Kolmogrov Smirnov* dengan kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai yang signifikansinya telah ditentukan yaitu sebesar 5% (0,05).

¹¹ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2004, hlm. 508

¹² Sugiyono, *Loc. Cit*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c. Uji Asumsi klasik

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan betul-betul terbebas dari gejala multikolinearitas, autokolerasi, dan gejala heteroskedastisitas perlu dilakukan pengujian yang disebut uji asumsi klasik.

1) Uji Multikolinearitas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel dependen. Jika ada, berarti terdapat multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen.¹³

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan mengamati :

- a) Besaran *Variabel Inflation Factor* (VIF) dan tolerance model, dikatakan bebas multikolinearitas jika VIF berada di bawah angka 10 dan mempunyai angka toleransi mendekati 1.
- b) Besaran kolerasi variabel independen, jika kolerasi antar variabel independen lemah (di bawah 0,5) maka dikatakan bebas multikolinearitas.

2) Autokorelasi

Autokorelasi merupakan kondisi dimana kealahan pengganggu saling berkorelasi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara

¹³ Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 25*. Jakarta: Elex Media 2004, h. 10

kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika ada berarti terdapat korelasi.

Konsekuensi bila adanya autokorelasi adalah varian sampel tidak dapat menggambarkan varian populasinya, sehingga model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen pada nilai variabel independen tertentu. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.¹⁴

Pengujian autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson test*. Pada penelitian ini untuk mengetahui adanya autokorelasi diuji dengan menggunakan *Durbin-Watson Test*, yaitu:

- a) Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di bawah -2 , berarti terdapat autokorelasi positif.
- b) Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di antara -2 sampai $+2$ berarti tidak terdapat autokorelasi.
- c) Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di atas $+2$, berarti terdapat autokorelasi negatif.

3) Uji Heteroskedastisitas

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

¹⁴ *Ibid*

residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.¹⁵ Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas.

Diagnosis adanya heteroskedastisitas secara kuantitatif dalam suatu regresi dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak dalam sebuah model regresi. Jika titik-titik dalam yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyempit, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan titik-titik tersebut menyebar secara tidak teratur (pola tidak jelas) di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji t Uji Signifikan Secara Parsial (Uji Statistik t)

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (mandiri) dan juga melihat variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap variabel terkait.¹⁶ Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

¹⁵ Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008, h179

¹⁶ Sugiyono, *Op. Cit*, h. 25

independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesa dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada α 5% dan dengan uji dua sisi atau uji dua arah yaitu $\alpha/2 = 0,025\%$ dengan *degree of freedom* (df) = $n - (k + 1) = 96 - 2 = 94$, maka didapat t tabel adalah 1,986. Adapun yang dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} . Adapun kriteria Pengambilan Keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel} / t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel} \leq t_{hitung}$ atau $Sig \geq \alpha$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

nilai signifikansi $F > 0,05$, maka model regresi adalah tidak baik.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

4) Koefisien Korelasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Rumus korelasi ganda dengan dua variabel independen adalah:

$$r^1 = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}}$$

keterangan:

r_{xy} = Angka Indeks Korelasi “r” Product moment

n = Sampel

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum X$ = Jumlah seluruh skor

$\sum Y$ = Jumlah seluruh skor Y

Tabel I. 3

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi¹⁷

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati maupun kondisi-kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk untuk langkah selanjutnya.¹⁸

Berdasarkan uraian teori dan landasan di atas, maka hipotesis penelitian ini yaitu”

H_a : Diduga bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.

H_o : Diduga bahwa harga dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.

¹⁷ Sugiyono, 2013, hlm. 250

¹⁸ Sunyoto, Danang. 2014, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*, Jakarta: PT. Buku Seru, hlm. 67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

9. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.¹⁹ Variabel adalah konsep yang telah ditransformasikan menjadi konstruk yang memiliki nilai variasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini yaitu:

1) Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel Stimulus, *Prediktor*, *antecedent*. Yang di dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas produk.

2) Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut

¹⁹ *Ibid*, hlm. 38

sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variable terikat atau dependent dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

b. Defenisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.²⁰ Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik. Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

Tabel I.4
Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Harga (X ₁)	Harga merupakan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga	Ordinal

²⁰ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

		diciptakannya		
2	Kualitas Produk (X_2)	Penilaian konsumen mengenai atribut dalam produk yang akan memenuhi kebutuhan dan memberi manfaat pada mereka	1. Daya Tahan 2. Kesesuaian Terhadap Spesifik 3. Fitur 4. Reabilitas 5. Estetika	Ordinal
3	Keputusan Pembelian (Y)	Tindakan konsumen untuk membeli atau tidak membeli berdasarkan evaluasi dari berbagai pilihan yang merupakan proses atau tahap pembelian konsumen (Kotler dan Armstrong, 2003:63)	1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk 2. Keinginan mencoba 3. Kemantapan akan kualitas suatu produk 4. Keputusan Pembelian Ulang (Kotler dan Armstrong, 2012:184)	Ordinal

Sumber: Data Diolah (2019)

10. Penelitian Terdahulu

Tabel I.5
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metodologi	Hasil
1	Ika Nurul Khasanah (2015) Pengaruh harga, kualitas produk, dan distribusi terhadap minat pelanggan membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Harga (X_1) Kualitas produk (X_2) Distribusi (X_3) Dependen Minat pelanggan (Y)	Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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	Annisa Dwi Hariyanti (2011) Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang produk perlengkapan kunci di PT. Kenari Djaja Prima Semarang	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Kualitas produk (X1) persepsi harga (X2) kualitas layanan (X3) Dependen Minat pelanggan (Y)	Variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang
3	Dewi Pratiwi Indriasari (2017) Pengaruh Harga, Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Cepat Saji	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Harga (X1) Promosi (X2) Produk (X3) Dependen Keputusan pembelian (Y)	Harga dan produk dapat mempengaruhi pilihan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan promosi tidak berpengaruh dalam pilihan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa.
4	Alayka Hardandy D (2014) Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Honda Revo Fit F1 (Studi pada Astra Motor Ngaliyan Jl. Prof. Dr. Hamka Blok 1 No. 122, Semarang)	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Kualitas produk (X1) Persepsi harga (X2) Promosi (X3) Dependen Keputusan pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji dan uji f variable kualitas produk, persepsi harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5	Endang Tamayani (2015) Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian (Study kasus pada UD. Wahana Mebel Plemahan Kediri)	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Harga (X1) Kualitas produk (X2) Promosi (X3) Dependen Keputusan pembelian (Y)	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, promosi penjualan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.
6	Tain Yumamik (2017) Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan motivasi terhadap keputusan pembelian cat tembok mawar di UD. Tetap Jaya Kediri	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Kualitas produk (X1) Persepsi harga (X2) motivasi (X3) Dependen Keputusan pembelian (Y)	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) kualitas produk, persepsi harga dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian cat tembok mawar di UD Tetap Jaya Kediri, (2) kualitas produk, persepsi harga dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian cat tembok mawar di UD Tetap Jaya Kediri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

7	Asri Fajar Sari (2016) Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian lemari es merek LG di PT. Global Elektronik Banyumanik Semarang	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: harga (X1) kualitas produk (X2) promosi (X3) Dependen Keputusan pembelian (Y)	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk dan promosi secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.
8	Agung Zondha, dkk (2014) Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian furniture olympic di Toko Putri Meubel di Kota Batusangkar	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Citra merek (X1) kualitas produk (X2) harga (X3) Dependen Keputusan pembelian (Y)	hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan
9	Jackson R.S. Weenas (2013) Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Citra merek (X1) kualitas produk (X2) harga (X3) Dependen Keputusan pembelian (Y)	Hasil uji membuktikan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Keempat variabel independen dianggap

			penting ketika akan membeli Spring Bed Comforta. Perlu menjadi perhatian lebih bagi manajemen PT. Massindo Sinar Pratama akan kualitas pelayanan, karena hal ini berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen.
10	Riyanto (2013) Pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada furniture Olypic (Survey pada konsumen CV> Suka Damai Soreang)	Metode analisis data menggunakan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Variabel independen: Penetapan harga (X1) kualitas produk (X2) Dependen Keputusan pembelian (Y)	Hasil penelitian secara kualitatif menunjukkan secara simultan dalammeningkatkan keputusan pembelian sebesar 75,5% dan sisanya 24,5%dijelaskan variabel lain diluar variable yang diteliti. Sedangkan penetapan harga memberikan pengaruh sebesar 34,8% terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 40,8% terhadap keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

11. Sistematika Penulisan**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bagian ini, dipaparkan tentang Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisikan Gambaran Umum Toko Raja Sofa Pekanbaru, Visi misi dan tujuan, Ruang Lingkup Perusahaan

BAB III : TINJAUAN TEORETIS

Merupakan bab yang mengenai pengertian harga, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan harga, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif ekonomi syariah

BAB V : PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan penulis terhadap masalah-masalah yang ada dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pengusaha tersebut

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

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Kota Pekanbaru

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama "Senapelan" yang pada saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut Batin. Daerah yang mulanya sebagai ladang, lambat laun menjadi perkampungan. Kemudian perkampungan Senapelan berpindah ke tempat pemukiman baru yang kemudian disebut Dusun Payung Sekaki yang terletak di tepi muara sungai Siak.

Nama Payung Sekaki tidak begitu dikenal pada masanya melainkan Senapelan. Perkembangan Senapelan berhubungan erat dengan perkembangan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah menetap di Senapelan, beliau membangun istananya di Kampung Bukit berdekatan dengan perkampungan Senapelan. Diperkirakan istana tersebut terletak di sekitar Mesjid Raya sekarang. Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah mempunyai inisiatif untuk membuat Pekan di Senapelan tetapi tidak berkembang. Usaha yang telah dirintis tersebut kemudian dilanjutkan oleh putranya Raja Muda Muhammad Ali di tempat baru yaitu disekitar pelabuhan sekarang.

Selanjutnya pada hari Selasa tanggal 21 Rajah 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datar dan Kampar), negeri Senapelan diganti namanya menjadi "Pekan Baharu" selanjutnya diperingati sebagai hari lahir Kota Pekanbaru. Mulai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

saat itu 28 sebutan Senapelan sudah ditinggalkan dan mulai populer sebutan "PEKANBAHARU", yang dalam bahasa sehari-hari disebut Pekanbaru.

B. Wilayah Geografis Kota Pekanbaru

1. Letak dan Luas

Kota Pekanbaru terletak antara $101^{\circ}14'$ - $101^{\circ}34'$ Bujur Timur dan $0^{\circ}25'$ - $0^{\circ}45'$ Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5- 50 meter. Permukaan wilayah bagian utara landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisar antara 5- 11 meter.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari $\pm 62,96$ Km² menjadi $\pm 446,50$ Km², terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Kelurahan/Desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah 632,26 Km².

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya. Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentukkan Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003 menjadi 12 Kecamatan dan Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Batas

Kota Pekanbaru berbatasan dengan daerah Kabupaten/Kota:

- a. Sebelah Utara: Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar
- b. Sebelah Selatan : Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan
- c. Sebelah Timur: Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan
- d. Sebelah Barat: Kabupaten Kampar

Masalah penduduk di Kota Pekanbaru sama halnya seperti daerah lain di Indonesia. Untuk mencapai manusia yang berkualitas dengan jumlah penduduk yang tidak terkendali akan sulit tercapai. Jumlah penduduk tahun 2019 sebanyak 1.064.556 jiwa dan tahun 2020 sebanyak 1.091.008 jiwa. Pertumbuhan penduduk Kota Pekanbaru tahun 2020 sebesar 2,49% lebih tinggi dibanding tahun 2016 yang mengalami pertumbuhan sebesar 1,24%.

C. Gambaran Toko Raja Sofa

Toko Raja Sofa berdiri pada tahun 2012 adalah *perintis custom made sofa* yang terinspirasi dari kemudahan customized sofa yang sudah dikembangkan di Eropa dan Amerika. Raja Sofa.id memudahkan pelanggan untuk mengeksplorasi dengan pilihan 1 juta lebih jenis dan warna sofa yang bisa dipilih sesuai dengan kepribadian pelanggan. Kemudahan pilihan dan pembayaran kami perhitungkan demi kepuasan dan waktu pelanggan kami.

Produk di Toko Raja Sofa bisa memilih model sofa, pilih bahan sofa dan pilih warna dari sofa. Bahan yang digunakan oleh Toko Raja Sofa adalah linen, sintetis dan velvet. Bahan linen di Toko Raja Sofa mengandung serat alami dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

lebih kuat dibandingkan dengan katun. Bahan ini pun tidak mudah menyerap tinta, tidak mudah robek, tidak mudah pudar, dan lembut. Sofa berbahan linen ini lebih cocok untuk interior yang minimalis. Bahan sintetis yang memiliki bahan membawa kesan mewah, sangat mudah dibersihkan dari noda. Bahan velvet premium yang lembut, mewah dan bersifat anti noda.

Pemasaran yang dilakukan oleh Toko Raja Sofa adalah secara pesan bisa secara online maupun bertemu langsung dengan pengrajin atau pemiliknya. Pembeli memesan terlebih dahulu sofa yang akan dibuat dengan memilih bahan, warna dan ukuran besarnya.

D. Visi dan Misi Toko Raja Sofa Pekanbaru

1. Visi Perusahaan

Menjadi pengrajin sofa *custom* yang terkenal akan kemudahan memilih desain, kecepatan produksi dan hasil produk berkualitas di seluruh Asia.

2. Misi Perusahaan

1. Menghadirkan konsep *custom made* sofa dimana pelanggan dapat memilih sendiri model, warna, dan bahan sofa impiannya.
2. Mewujudkan *custom made* sofa dari bahan berkualitas tinggi
3. Konsisten dalam memberikan service yang peduli pada pelanggan sebelum, sesaat dan sesudah transaksi.

E. Tujuan Perusahaan

Setiap perusahaan sebagai suatu organisasi tentu mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam menjalankan aktivitasnya. Seperti halnya dengan Raja Sofa,

Tujuan ini akan berperan sebagai pedoman ataupun arah bagi perusahaan dalam melaksanakan aktivitas yang akan dilakukan. Tujuan ini meliputi tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

1. Tujuan Jangka Pendek

a. Meningkatkan volume penjualan

Perusahaan dalam aktivitasnya berharap untuk selalu dapat meningkatkan volume penjualan yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan profit yang pada akhirnya dapat membiayai segala keperluan yang menyangkut aktivitasnya.

b. Meningkatkan kualitas produk

Kualitas produk sangat mempengaruhi naik turunnya produk yang terjual. Karena itu perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan mutu produk yang dihasilkan dan selalu mengawasi mutu produknya demi kelangsungan hidup perusahaan.

2. Tujuan Jangka Panjang

a. Menjaga kontinuitas perusahaan

Perusahaan selalu berusaha untuk terus meningkatkan profitnya dengan berupaya meningkatkan volume penjualan, karena jika perusahaan mengalami penurunan profit akan dapat mengganggu kontinuitas perusahaan.

b. Mencapai keuntungan yang optimal

Perusahaan pada dasarnya mengharapkan keuntungan yang optimal dari usahanya guna menjaga kelangsungan hidupnya dalam jangka

panjang. Hal ini disebabkan karena dengan keuntungan ini perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan usahanya.

c. Mengadakan ekspansi perusahaan

Perusahaan berupaya memperluas usaha dalam bentuk peningkatan produksi, memperbaiki teknik produksi, memperluas inovasi, meningkatkan kreativitas, memperluas area pasar ataupun dalam bentuk lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

BAB III

TINJAUAN TEORETIS

A. Harga

1. Definisi Harga

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.²¹ Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual.

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.²²

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga

²¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKPI, 2014, h. 272

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009, hlm. 67

yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima.

Harga merupakan nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula terhadap harga. Dengan demikian dapatlah diartikan pula bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.²³

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.²⁴

²³ Indriyo Gitosudarmo, *Loc. Cit*

²⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 202-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan strategi penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Hal ini penting, karena tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penetapan harga. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

- a. Memperoleh laba yang maksimum. Salah satu tujuan yang paling lazim dalam penetapan harga adalah untuk memperoleh laba jangka pendek yang maksimal. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhatikan total hasil penerimaan penjualan (*sales revenue*) dan total biaya. Dalam hal ini perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan (*rate of return*) yang maksimal paling memuaskan.
- b. Mendapatkan share pasar tertentu. Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga tertentu untuk mendapatkan atau meningkatkan share pasar, meskipun mengurangi tingkat keuntungan pada masa itu. Strategi ini dilakukan perusahaan karena perusahaan percaya bahwa jika share pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat pada masa depan. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang melakukan penetrasi pasar dengan cara menetapkan harga yang relatif rendah dari harga pasaran, sehingga memperoleh share pasar yang lebih besar.
- c. Memerah pasar (*Market skimming*). Perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari bersedianya pembeli membayar dengan

harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan dalam hal ini perusahaan menetapkan harga yang tinggi, karena hendak menarik manfaat dari sekelompok besar pembeli yang bersedia membayar harga yang tinggi, yang disebabkan produk perusahaan tersebut mempunyai nilai sekarang (Present Value) yang sangat tinggi bagi mereka.

- d. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu. Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan itu hanya mungkin dapat dicapai, apabila terdapat kombinasi harga dan kuantitas produk yang dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang paling besar. Penetapan harga dengan tujuan ini biasanya terdapat pada perusahaan yang mungkindalam keadaan kesulitan keuangan atau perusahaan yang menganggap masa depannya suram atau tidak menentu.
- e. Mencapai keuntungan yang di targetkan. Perusahaan menetapkan harga tertentu untuk dapat mencapai tingkat laba yang berupa “rate of return” yang memuaskan. Meskipun harga yang lebih tinggi dapat memberikan atau menghasilkan tingkat laba yang lebih besar, tetapi perusahaan merasa tetap puas dengan tingkat laba yang berlaku (conventional) bagi suatu tingkat investasi dan resiko yang ditanggung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

- f. Mempromosikan produk. Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah untuk mendorong penjualan bagi produknya dan bukan semata-mata bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang besar.²⁵

3. Indikator Harga

Indikator harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen lebih banyak yang membeli produk.

- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

- c. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

²⁵ *Ibid*, hlm. 223-224

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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. Daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.²⁶

B. Kualitas Produk

1. Definisi Kualitas Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk dapat berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.²⁷ Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan²⁸

Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan.²⁹

²⁶ Elisa Desy Rinda Putri. 2018.

²⁷ Yohanes Lamarto. *Konsultan Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 1984, hlm. 222

²⁸ Etta Mamang S dan Sopiaj, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2013, hlm. 99

²⁹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm. 272

Dengan kata lain kualitas produk diukur sejauh mana produk tersebut bisa memuaskan pelanggannya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi pelanggan yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan merk, label, pelayanan, dan jaminan.³⁰

Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing dan merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomis di pasar global.

2. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas

Produk berkualitas prima memang akan lebih atraktif bagi konsumen bahkan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan. Tetapi lebih dari itu produk berkualitas mempunyai aspek penting lain, yaitu :

- a. Konsumen yang membeli produk berdasarkan mutu, umumnya dia mempunyai loyalitas produk yang besar dibandingkan dengan konsumen yang membeli berdasarkan orientasi harga. Konsumen berbasis mutu akan selalu membeli produk tersebut sampai saat produk tersebut membuat dia merasa tidak puas karena adanya produk lain yang lebih bermutu. Tetapi selama produk semula masih selalu melakukan perbaikan mutu (*quality improvement*) dia akan tetap setia dengan tetap membelinya. Berbeda dengan konsumen berbasis harga, dia akan mencari produk yang harganya lebih murah, apapun mereknya. Jadi konsumen terakhir tersebut tidak mempunyai loyalitas produk.

³⁰ Anggitan Rizana A.R, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening*, hlm. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

- b. Bersifat kontradiktif dengan cara pikir bisnis tradisional, ternyata bahwa memproduksi barang bermutu, tidak secara otomatis lebih mahal dengan memproduksi produk bermutu rendah. Banyak perusahaan menemukan bahwa memproduksi produk bermutu tidak harus berharga lebih mahal. Menghasilkan produk bermutu tinggi secara simultan meningkatkan produktivitas, antara lain mengurangi penggunaan bahan (*reduce materials usage*) dan mengurangi biaya.
- c. Menjual barang tidak bermutu, kemungkinan akan banyak menerima keluhan dan pengembalian barang dari konsumen. Atau biaya untuk memperbaikinya menjadi sangat besar, selain memperoleh citra tidak baik. Belum lagi, kecelakaan yang diderita konsumen akibat pemakaian produk yang bermutu rendah. Konsumen tersebut mungkin akan menuntut ganti rugi melalui pengadilan. Jadi, berdasarkan ketiga alasan tersebut, memproduksi produk bermutu tinggi lebih banyak akan memberikan keuntungan bagi produsen, bila dibandingkan dengan produsen yang menghasilkan produk bermutu rendah.³¹

3. Dimensi Kualitas Produk

Sifat khas mutu suatu produk yang handal harus mempunyai dimensi, karena harus member kepuasan dan nilai manfaat yang besar bagi konsumen dengan melalui berbagai cara. Menurut Sviokla, Kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek sebagai berikut :

³¹ Suryadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*, Jakarta: Bumi Aksara, Jakarta, 2002, hlm. 2-3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. *Performance*, Kinerja di sini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.
- b. *Featur*s, yaitu aspek yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- c. *Reliability*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan.
- d. *Canformance*, hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan
- e. *Durability*, Yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
- f. *Servieability*. Yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.
- g. *Asthetics*, merupakan karakterisitik yang bersifat subyektif mengenai nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
- h. *Percived quality*, Konsumen tidak selalu memiliki informasi lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung.³²

³² *Ibid*, hlm. 176-179

Kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan suatu produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk di produksi. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan atau fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketergantungan pada produk atau komponen lain (kenyamanan dan wujud luar seperti warna, bentuk, pembungkus dan seainya)

4. Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk adalah sebagai berikut:

a. Daya Tahan

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal

b. Kesesuaian Terhadap Spesifik

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana semua unit nyang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Definisi diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat Conformance sebuah produk dikatakan telah akurat bilamana produk-produk yang dipasarkan oleh produsen telah sesuai perencanaan perusahaan yang berarti merupakan produk-produk yang mayoritas diinginkan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

c. Fitur

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk. Pada titik tertentu, performance dari setiap merek hampir sama tetapi justru perbedaannya terletak pada fiturnya. Ini juga mengakibatkan harapan konsumen terhadap dimensi performance relatif homogen dan harapan terhadap fitur relatif heterogen.

d. *Reabilitas*

yaitu tingkat kendalan suatu produk atau konsistensi keandalan sebuah produk didalam proses operasionalnya dimata konsumen. *Reliability* sebuah produk juga merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu. Sebuah produk dikatakan memiliki *Reliability* yang tinggi bilamana dapat menarik kepercayaan dari konsumen terkait kualitas keandalan sebuah produk. Dimensi *performance* dan *reliability* sekilas hampir sama tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. *Reliability* lebih menunjukkan probabilitas produk menjalankan fungsinya.

e. *Estetika*

Yaitu keindahan produk terhadap panca indera dan dapat didefinisikan sebagai atribut-atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya *Aesthetics* merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk

sehingga kinerja sebuah produk akan menjadi lebih baik dihadapan konsumen.³³

C. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hal yang lazim dipertimbangkan konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan akan barang maupun jasa. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain.

Keputusan pembelian itu sendiri adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli merek yang paling disukai.³⁴

Pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya, hasilnya merupakan suatu pilihan yang disajikan kognitif sebagai keinginan berperilaku. Konsumen membuat banyak keputusan setiap hari, suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua alternatif, tindakan atas perilaku, keputusan selalu mengisyaratkan diantaranya perilaku yang berbeda.³⁵

Konsumen membuat sejumlah keputusan pembelian setiap hari. Hampir seluruh perusahaan meneliti pengambilan keputusan pembelian konsumen secara

³³ Tjiptono, 2012, hlm. 134

³⁴ Kotler, Philip dan Kevin, L Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, hlm. 188

³⁵ Mamang. 2013. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kembangan, hlm.121

mendetail untuk memperoleh jawaban apa yang konsumen beli, dimana mereka membelinya, bagaimana caranya dan seberapa banyak, kapan, dan mengapa mereka membelinya.

2. Proses Pengambilan Keputusan Membeli

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu produk guna memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Perilaku pilihan terhadap barang atau jasa tersebut dilakukan konsumen sebagai masalah yang disebabkan timbulnya suatu kebutuhan. Keputusan konsumen, setiap konsumen memiliki peranan seperti :

- a. Inisiator (*initiator*) yaitu seorang inisiator dari proses pembelian
- b. Pemberi pengaruh (*influencer*) yaitu individu yang opininya sangat dipertimbangkan di dalam pilihan yang dievaluasi dan dipilih.
- c. Pengambil keputusan (*decider*) yaitu orang dengan wewenang atau kekuasaan untuk mendik tepilihan akhir.
- d. Pembeli (*buyer*) yaitu agen pembeli
- e. Pemakai (*user*) yaitu konsumen aktual.³⁶

Kelima peranan tersebut tidak selalu dilakukan oleh konsumen dalam pembelian. Tidak dilaksanakannya beberapa tahap dari proses produk tersebut, mungkin terjadi pada pembelian yang bersifat emosional. Di antara peran dalam pembelian di atas yang terpenting adalah peranan ketiga yaitu pengambil keputusan.

Pada umumnya konsumen melewati lima tahap dalam proses keputusan pembelianya itu (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, (5) perilaku pasca pembelian.³⁷

³⁶ Engel, Blackwell, Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara. Hlm. 23

Gambar 3.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen



Sumber :Kotler (2013:204)

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Para pemasar menggunakan tenaga penjualan, iklan, dan pengemasan untuk membantu membangkitkan pengenalan akan kebutuhan konsumen.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah akan mengurangi pencarian informasi. Tiap informasi menjalankan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui tentang merek-merek yang bersaing dan keistimewaan mereka. Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu:

- Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan
- Sumber komersial : iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan
- Sumber publik : media massa, organisasi konsumen pemeringkat
- Sumber pengalaman : penanganan, pengkajian dan pemakaian produk

3. Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi merek yang kompetitif dan membuat penilaian akhir. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan konsumen. Beberapa konsep dasar akan membantu dalam memahami proses evaluasi konsumen. Pertama konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan. Kedua, konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari untuk memuaskan kebutuhan ini. Konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda dalam memandang atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting. Mereka akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Namun, dua faktor dapat berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor utama adalah pendirian orang lain. Sejauh mana pendirian orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal : (1) intensitas pendirian negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan (2) memotivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang

³⁷ Kotler, Philip dan Kevin, L Keller, *Loc. Cit*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi. Faktor ini dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas perusahaan tidak berakhir pada saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Perusahaan harus memantau kepuasan pasca pembelian, dan pemakaian dan pembuangan pasca pembelian. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk tersebut. Sedangkan pelanggan yang tidak puas akan beraksi sebaliknya.

3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian

Dimensi dan indikator keputusan pembelian untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi enam sub keputusan sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk
2. Keinginan mencoba
3. Kemantapan akan kualitas suatu produk
4. Keputusan pembelian ulang.³⁸

D. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa. Konsistensi dengan hasil tersebut menyatakan bahwa perusahaan dalam memasarkan jasa berusaha memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumennya. Persepsi terhadap kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.³⁹

³⁸ Kotler dan Armstrong, *Loc. Cit*

³⁹ Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kembangan. 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.⁴⁰ Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi, jika harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan menderita rugi. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitikberatkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos - ongkos dan menghasilkan laba.⁴¹ Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Persaingan yang ketat dalam bisnis kendaraan bermotor roda dua menjadikan konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan untuk memilih jenis dan type yang sesuai dengan selera mereka. Setiap kendaraan yang dikeluarkan biasanya mempunyai kelebihan dan kekurangan, tinggal bagaimana konsumen menentukan pilihan tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, namun dalam penelitian, diukur melalui faktor kualitas produk, harga dan citra merek.

E. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian Konsumen adalah suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak.⁴²

⁴⁰ Alma, 201, hlm. 169

⁴¹ Swastha dan Sukotjo, 2007, hlm. 211

⁴² Philip Kotler, *Loc. Cit*

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

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

F. Kerangka Pemikiran

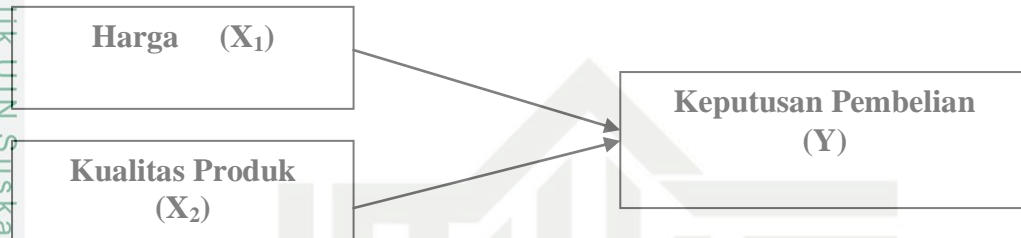
Kerangka konseptual atau kerangka pemikiran adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian ditujukan, dimana hal ini merupakan jaringan hubungan antara variabel yang secara logis diterangkan dan dikembangkan dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi melalui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

proses wawancara, observasi, dan survei literatur.⁴³

Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Tjiptono (2011:180)

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati maupun kondisi-kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk untuk langkah selanjutnya.⁴⁴

Berdasarkan uraian teori dan landasan di atas, maka hipotesis dapat dirumuskan yaitu:

1. Harga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru.

⁴³ Kuncoro, Mudrajad.2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta. hlm. 52

⁴⁴ Sunyoto, Danang. 2014, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*, Jakarta: PT. Buku Seru, hlm. 67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh negative dan signifikan variable harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Pengaruh kedua variabel tersebut adalah sedang karena nilai *R Square* sebesar 55.2% berada pada rentang 0.40-0.599
2. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru sesuai dengan konsep teori ekonomi syariah yaitu; Kesederhanaan, Kejelasan dan Kepastian, Keamanan, Keterbukaan, Efesien, Keadilan yang merata dan Ketepatan waktu, Karena pelayanan prima dalam system ekonomi syariah sangat mengedepankan unsur-unsur tersebut.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk maka pihak Toko Raja Sofa Pekanbaru agar senantiasa selalu memperhatikan kualitas pelayanan setiap produk yang diinginkan konsumen yaitu dengan cara memantapkan kualitas produk.

2. Bagi Toko Raja Sofa agar lebih baik lagi dalam promosi khususnya yang sesuai dengan konsep ekonomi syariah, seperti jujur dalam promosi, tidak berlebih-lebihan dalam promosi dan tidak mengumbar janji-janji palsu.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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

- Annisa Dwi Hariyanti. 2011. Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang produk perlengkapan kunci di PT. Kenari Djaja Prima Semarang
- Alayka Hardandy D. 2014. Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Honda Revo Fit F1 (Studi pada Astra Motor Ngaliyan Jl. Prof. Dr. Hamka Blok 1 No. 122, Semarang)
- Asri Fajar Sari. 2016. Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian lemari es merek LG di PT. Global Elektronik Banyumanik Semarang
- Agung Zondha, dkk. 2014. Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian furniture olympic di Toko Putri Meubel di Kota Batusangkar
- Anggitan Rizana A.R, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening*
- Dewi Pratiwi Indriasari. 2017. Pengaruh Harga, Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Cepat Saji
- Engel, Blackwell, Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara
- Endang Tamayani. 2015. Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian (Study kasus pada UD. Wahana Mebel Plemahan Kediri)
- Etta Mamang S dan Sopiaj, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2013
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008
- Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia, 2002
- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKPI, 2014
- Jackson R.S. Weenas. 2013. Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: IAIN Pres, 2009
- Kotler, Philip dan Kevin, L Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kinney, Thomas C. and James R. Taylor, 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Mamang. 2013. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kembangan
- Philip Kotler & Lene Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhalindo, 2008
- Riyanto. 2013. Pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada furniture Olypic (Survey pada konsumen CV> Suka Damai Soreang)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif & Kualitas R&B)*. Bandung: Alfabeta, 2015
- Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2014
- Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2004
- Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 25*. Jakarta: Elex Media 2004
- Sunyoto, Danang. 2014, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*, Jakarta: PT. Buku Seru
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002
- Suryadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*, Jakarta: Bumi Aksara, Jakarta, 2002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

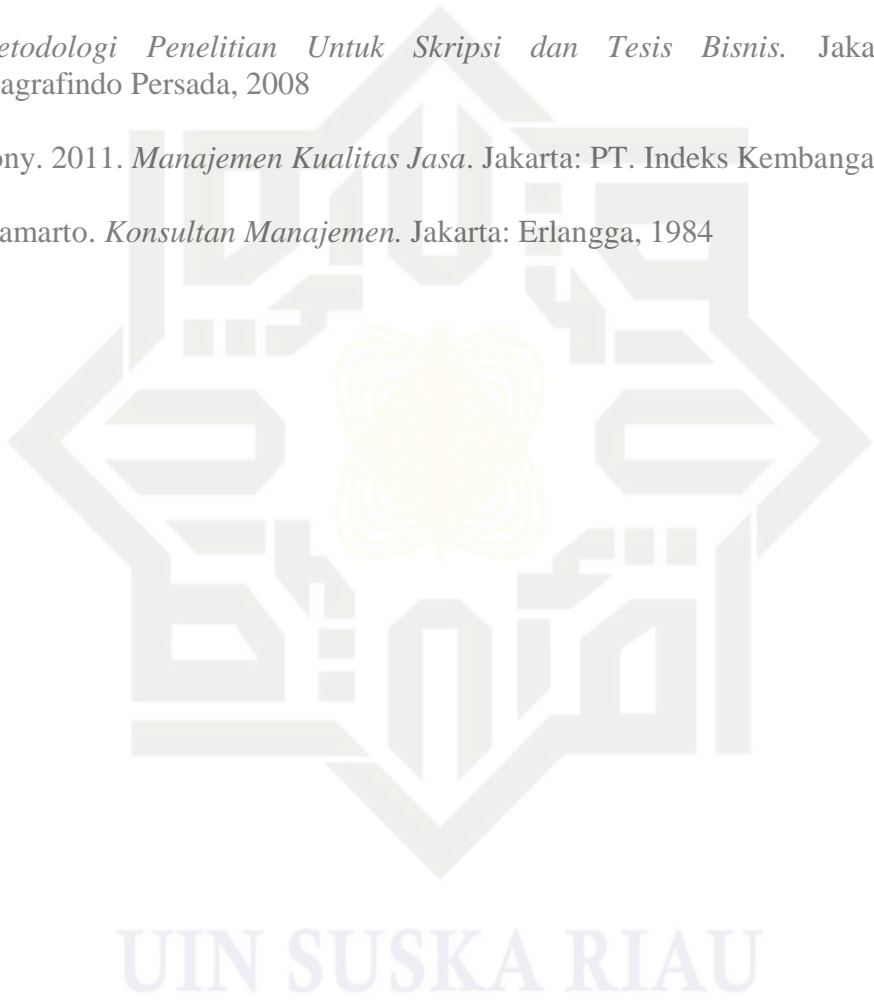
Sunyoto, Danang. 2014, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*, Jakarta: PT. Buku Seru

Tain Yumamik. 2017. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan motivasi terhadap keputusan pembelian cat tembok mawar di UD. Tetap Jaya Kediri

Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008

Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kembangan.

Yohanes Lamarto. *Konsultan Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 1984



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran 1.

ANGKET PENELITIAN

I. IdentitasPeneliti

Nama : Tuginin
 NIM : 11525104596
 Judul Penelitian : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau dari Persepektif Ekonomi Syariah
 Prodi : Ekonomi Syari'ah
 Jenjang Pendidikan : Strata 1
 Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

II. Ketentuan Angket

1. Angket penelitian ini hanya dimaksudkan untuk keperluan ilmiah (Penelitian Skripsi) oleh karena itu diharapkan kepada bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi informasi data sesuai dengan fakta.
2. Identitas bapak/ibu sebagai konsumen dijamin kerahasiannya sesuai etika penulisan ilmiah.
3. Atas kerjasamanya dan bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih

III. Identitas Konsumen

1. Nama :
2. Jenis kelamin : L/P
3. Usia saat ini : 20 – 30 30 – 40 40 – 50
Lainya.....
4. Pendidikan terakhir : SMA/SMK D3/D4 S1 S2
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa PNS Wirausaha
 KaryawanSwasta Lainnya(sebutkan).....

IV. Petunjuk Pengisian

Jawablah pernyataan berikut ini secara jujur dan objektif, kaitkanlah dengan apa yang anda alami. Caranya beri tanda silang (X) atau check (√) pada jawaban yang menurut pendapat Anda paling sesuai atau tepat.

Keterangan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
KS	=Kurang Setuju
TS	=Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

PERNYATAAN
Indikator Harga (X1)

NO	Pertanyaan	Harapan				
		SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena harganya terjangkau					
2.	Saya membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena harganya sesuai dengan kualitasnya					
3	Saya membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena harganya sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
4	Produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru memiliki daya saing harga					

Indikator Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Daya Tahan						
1	Toko Raja Sofa Pekanbaru memiliki jenis bahan yang berkualitas					
2	Saya merasa produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru memiliki daya tahan yang kuat					
Kesesuaian Terhadap Spesifik						
3	Jenis model produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru bervariasi					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4	Saya merasa tidak ada kecacatan produk pada Toko Raja Sofa Pekanbaru					
Fitur						
5	Saya membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena motifnya yang menarik					
6	Toko Raja Sofa Pekanbaru memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan					
Reabilitas						
7	Toko Raja Sofa Pekanbaru merupakan produk yang handal					
8	Produk Toko Raja Sofa Pekanbaru sangat memuaskan konsumen					
Estetika						
9	Saya merasa produk Toko Raja Sofa Pekanbaru memiliki tampilan yang menarik					
10	Tampilan produk Toko Raja Sofa Pekanbaru memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen					

Indikator Keputusan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk						
1	Saya sebagai konsumen ingin membeli Toko Raja Sofa Pekanbaru karena adanya kebutuhan					
2	Saya sebagai konsumen membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena sesuai dengan keinginan yang diharapkan					
3	Kualitas produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru dapat diandalkan karena bahan dan desainnya baik dan rapi					
4	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru					
5	Saya membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena jarak tempuh yang tidak					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

	jauh serta kualitas terjamin					
6	Bahan yang digunakan Toko Raja Sofa Pekanbaru merupakan bahan yang sesuai dengan produk yang terbaik sehingga menjadi awet dan tahan lama					
7	Saya memilih produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena sesuai dengan kebutuhan saya					
Keinginan mencoba						
8	Saya datang ke Toko Raja Sofa Pekanbaru karena ingin mencoba membeli produk-produk mebel yang ada di sana					
9	Saya datang Toko Raja Sofa Pekanbaru karena berdasarkan informasi dari teman harga produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru lebih murah dibandingkan dengan perusahaan mebel lainnya					
10	Saya memutuskan untuk membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru berdasarkan pengalaman orang lain					
11	Saya mencari informasi kepada kawan, saudara yang sudah menggunakan produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru					
Kemantapan akan kualitas suatu produk						
12	Saya membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena memiliki kualitas yang sangat bagus					
13	Saya selalu membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena pilihan model dan desain yang bervariasi					
14	Saya akan merekomendasikan produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru kepada teman saya					
15	Saya membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena adanya situasi dan kondisi yang menyenangkan saat memberikan pelayanan					
Keputusan Pembelian Ulang						
16	Toko Raja Sofa Pekanbaru menjual produk berkualitas dan tahan lama, sehingga saya datang membeli kembali					

17	Meskipun sudah memiliki produk di mebel di rumah saya tetap akan membeli produk lainnya karena sesuai dengan yang diharapkan					
18	Saya mengajak teman untuk membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena harga dan kualitas produk selalu terjamin					
19	Saya selalu kembali membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena pelayanannya yang memuaskan					
20	Saya senang membeli produk di Toko Raja Sofa Pekanbaru karena ada jasa servis kerusakan sofa					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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

Lampiran 2.

Tabulasi Data Penelitian

Sampel	Harga (X1)				Jumlah
	1	2	3	4	
1	5	3	4	5	17
2	5	3	3	4	15
3	4	5	3	4	16
4	5	4	5	5	19
5	5	3	4	3	15
6	5	4	5	5	19
7	2	5	2	2	11
8	3	5	5	4	17
9	5	3	4	5	17
10	5	4	5	5	19
11	5	5	4	5	19
12	5	3	5	3	16
13	5	5	5	5	20
14	4	4	2	3	13
15	5	5	5	5	20
16	2	3	4	4	13
17	3	4	5	3	15
18	3	4	3	3	13
19	5	5	4	4	18
20	5	4	5	5	19
21	4	3	5	4	16
22	3	5	4	3	15
23	2	2	3	2	9
24	4	4	4	4	16
25	5	5	5	5	20
26	5	3	3	3	14
27	3	5	5	4	17
28	4	3	4	3	14
29	3	5	4	4	16
30	4	5	4	3	16
31	5	5	3	5	18
32	5	4	3	5	17
33	5	3	5	3	16
34	4	5	5	4	18
35	3	3	5	4	15
36	4	3	4	3	14
37	5	3	5	3	16
38	4	5	4	3	16
39	5	4	4	3	16
40	3	3	5	5	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 satu 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

41	5	4	5	4	18
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	3	18
44	4	5	3	4	16
45	5	4	3	5	17
46	5	5	5	3	18
47	4	5	3	4	16
48	4	5	2	3	14
49	5	4	4	4	17
50	3	5	5	3	16
51	4	4	5	4	17
52	4	3	5	3	15
53	3	4	3	3	13
54	4	3	5	3	15
55	5	4	4	4	17
56	5	3	5	3	16
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	4	4	5	4	17
60	4	3	4	5	16
61	4	4	3	4	15
62	5	4	5	2	16
63	5	5	5	3	18
64	5	3	3	4	15
65	3	4	5	4	16
66	5	3	3	2	13
67	5	5	5	4	19
68	5	5	4	5	19
69	5	5	4	4	18
70	5	5	4	4	18
71	2	3	5	4	14
72	5	5	5	3	18
73	4	4	5	3	16
74	4	5	5	5	19
75	5	5	3	3	16
76	5	2	3	2	12
Jml	325	310	318	287	
Rata-rata	4.3	4.1	4.2	3.8	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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 satu 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.

Sampel	Kualitas Produk (X2)										Jlh
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	3	5	3	5	5	5	4	4	43
2	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	43
3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	44
5	4	3	3	3	4	3	3	4	5	5	37
6	3	5	5	3	5	5	5	4	5	4	44
7	5	4	4	3	3	3	4	4	3	5	38
8	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	47
9	5	3	4	4	4	3	3	5	5	4	40
10	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
11	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	45
12	5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	44
13	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
14	3	3	5	2	4	3	5	5	4	5	39
15	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	46
16	2	2	4	5	2	5	5	4	3	5	37
17	5	3	2	5	5	3	5	5	5	3	41
18	3	2	3	5	3	2	5	5	5	3	36
19	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	44
20	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	44
21	2	3	4	3	2	5	4	5	4	4	36
22	4	3	3	4	5	3	3	5	4	5	39
23	3	2	3	3	5	2	5	4	5	4	36
24	2	2	3	5	2	2	3	4	5	4	32
25	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	45
26	2	3	5	5	2	5	5	5	3	4	39
27	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	46
28	3	4	5	4	4	5	4	3	5	3	40
29	4	3	5	3	5	5	5	5	5	4	44
30	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	42
31	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	45
32	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	46
33	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
34	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	46
35	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
36	4	4	5	3	3	5	3	5	4	4	40
37	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
38	4	4	5	3	5	4	5	5	4	2	41
39	4	5	5	4	4	3	5	4	5	3	42
40	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	45
41	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
42	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	44
43	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

44	4	4	5	3	3	4	5	4	5	5	42
45	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	46
46	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
47	5	3	5	5	5	5	3	5	4	5	45
48	4	5	2	3	3	3	2	5	5	5	37
49	3	5	3	5	5	5	4	5	5	5	45
50	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	44
51	4	4	4	3	3	5	5	4	4	5	41
52	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	44
53	3	5	4	5	3	3	3	5	5	4	40
54	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	46
55	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	43
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	45
58	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	44
59	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
60	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	47
61	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
62	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
63	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
64	5	5	5	3	4	4	3	5	4	4	42
65	4	5	5	5	5	3	3	5	4	4	43
66	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	42
67	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	45
68	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	45
69	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	46
70	4	5	2	4	5	4	3	4	5	5	41
71	5	3	2	4	5	3	2	4	5	4	37
72	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
73	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47
74	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	40
75	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
76	2	5	3	4	5	5	5	5	4	3	41
	317	323	324	317	319	320	330	345	342	329	3266
	4.2	4.3	4.3	4.2	4.2	4.2	4.3	4.5	4.5	4.3	43.0



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Keputusan Konsumen (Y)																				Jlh
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	86
3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	5	5	86
5	4	3	5	5	3	4	3	3	2	5	4	4	4	3	2	4	2	4	5	5	74
5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	3	5	86
2	3	5	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	1	4	4	4	4	4	4	4	78
5	4	3	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	86
4	5	1	4	3	3	5	3	5	5	5	3	3	1	4	5	3	5	5	5	5	77
4	4	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	85
4	5	3	5	5	3	4	4	5	4	5	2	5	5	1	3	4	4	5	3	5	79
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	5	5	5	90
5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	87
5	4	5	4	5	1	5	4	4	5	4	5	4	3	3	5	5	4	5	5	5	85
4	5	5	5	3	3	4	3	5	5	3	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	86
4	4	2	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	5	2	5	4	4	1	3	5	73
5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	92
3	4	1	4	4	4	5	5	2	5	2	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	77
5	4	5	4	2	4	3	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	4	4	81
5	2	3	4	4	4	1	4	5	3	4	3	5	3	4	5	4	5	5	5	5	78
4	5	4	3	5	3	3	4	5	3	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	85
5	4	3	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	83
5	4	1	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	2	4	3	5	5	76
4	5	3	5	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	3	5	4	5	80
5	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	5	5	74
4	4	4	4	5	1	4	4	4	5	4	2	2	5	1	5	4	2	2	5	5	71
5	4	4	4	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	85
3	3	3	5	3	1	4	5	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	5	3	5	77
5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	90
4	4	3	4	4	5	1	3	5	3	5	5	5	2	4	5	3	3	5	5	5	78
4	5	5	4	5	1	5	5	3	4	5	5	5	2	4	5	4	4	5	5	5	85
4	5	3	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	3	3	5	80
5	3	1	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	85
3	4	3	4	3	5	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	85
4	5	3	3	4	5	2	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	87
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	1	4	5	5	4	5	5	88
5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	5	86
5	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	5	5	3	3	5	3	4	4	3	5	79
5	4	4	5	1	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5	83
3	4	4	4	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	79
2	5	4	5	3	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	5	82
2	5	5	4	4	4	4	5	5	2	3	5	5	4	5	1	5	4	5	5	5	82
4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3	3	4	5	4	5	5	5	88
5	5	5	4	5	4	5	1	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	5	84
4	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	3	5	84



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, memperbanyak, atau mendistribusikan kembali 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 satu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	4	4	2	3	3	3	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	79	
5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	92
5	4	3	4	1	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	85
3	4	5	4	5	4	2	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	4	82
3	3	5	2	3	4	4	4	5	5	4	4	3	1	4	3	5	4	2	4	72	
2	3	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	82	
5	3	5	4	3	5	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	5	5	4	4	84	
4	3	5	4	1	3	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	3	78	
3	2	3	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	1	3	5	3	5	4	79	
4	3	4	4	4	5	4	5	5	2	5	5	4	1	5	5	2	3	4	2	76	
4	4	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	83	
2	3	5	4	5	1	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	3	4	4	3	79	
5	3	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	85	
5	3	2	3	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	2	5	4	5	2	3	75	
4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	5	87	
3	4	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	85	
3	3	5	4	2	4	3	4	3	5	5	3	5	3	3	4	4	5	4	3	75	
3	4	3	4	4	4	1	4	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	78	
4	3	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	3	5	2	5	4	2	4	5	72	
3	4	3	5	4	4	3	4	5	4	5	2	3	4	5	3	3	4	4	5	77	
4	4	1	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	2	5	4	78	
4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	4	3	5	3	4	3	4	4	4	78	
5	3	4	5	3	3	4	5	3	5	5	5	4	2	5	4	2	3	5	4	79	
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	92	
5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	93	
5	3	5	4	4	3	4	3	5	3	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	82	
3	5	5	4	4	5	1	4	2	5	3	5	5	3	3	5	4	4	5	4	79	
5	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	82	
5	5	2	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	88	
73	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	84	
74	1	5	4	3	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	5	83	
75	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	1	5	3	5	5	5	86	
76	4	2	4	5	3	3	4	5	4	5	5	4	5	2	5	4	2	5	1	4	76
Jml	305	300	279	318	298	276	290	305	328	344	338	333	333	289	280	312	320	321	326	332	6227
Rata-rata	4.0	3.9	3.7	4.2	3.9	3.6	3.8	4.0	4.3	4.5	4.4	4.4	4.4	3.8	3.7	4.1	4.2	4.2	4.3	4.4	81.9

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

Lampiran 3.

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
Harga (X1)

```

RELIABILITY
/VARIABLES=Harga1 Hraga2 Harga3 Harga4 Total
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE CORR
/SUMMARY=TOTAL.
  
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	76	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	
	N of Items	
.725	.718	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga1	28.36	15.272	.429	.	.704
Hraga2	28.55	15.531	.398	.	.713
Harga3	28.45	15.424	.404	.	.711
Harga4	28.86	14.365	.575	.	.664
Total	16.32	4.779	1.000	.	.428

Kualitas Produk (X2)

```

RELIABILITY
/VARIABLES=Kualitasproduk1 Kualitasproduk2 Kualitasproduk3 Kualitasproduk4 Kualitasproduk5 Kualit
asproduk6 Kualitasproduk7 Kualita
sproduk8 Kualitasproduk9 Kualitasproduk10 Total
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE CORR
/SUMMARY=TOTAL.
  
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	76	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.689	.691	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitasproduk1	81.78	52.523	.433	.	.662
Kualitasproduk2	81.70	49.574	.633	.	.638
Kualitasproduk3	81.68	54.032	.306	.	.675
Kualitasproduk4	81.78	55.403	.218	.	.684
Kualitasproduk5	81.75	52.750	.393	.	.665
Kualitasproduk6	81.74	52.063	.443	.	.660
Kualitasproduk7	81.61	53.122	.392	.	.667
Kualitasproduk8	81.41	56.005	.279	.	.682
Kualitasproduk9	81.45	56.517	.212	.	.686
Kualitasproduk10	81.62	56.159	.286	.	.687
Total	42.97	14.746	1.000	.	.562

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Keputusan Konsumen (Y)

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Keputusan1 Keputusan2 Keputusan3 Keputusan4 Keputusan5 Keputusan6 Keputusan7 Keputusan8 Keputusan9 Keputusan10 Keputusan11 Keputusan12 Keputusan13 Keputusan14 Keputusan15 Keputusan16 Keputusan17 Keputusan18 Keputusan19 Keputusan20 Total
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE CORR
/SUMMARY=TOTAL.
  
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	76	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.653	.541	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keputusan1	159.86	101.592	.353	.	.604
Keputusan2	159.92	100.447	.270	.	.596
Keputusan3	160.20	102.134	.391	.	.611
Keputusan4	159.68	102.406	.273	.	.603
Keputusan5	159.95	102.904	.378	.	.611
Keputusan6	160.24	99.943	.226	.	.597
Keputusan7	160.05	99.784	.226	.	.597
Keputusan8	159.86	104.765	.318	.	.614
Keputusan9	159.55	103.584	.393	.	.609
Keputusan10	159.34	101.828	.389	.	.602
Keputusan11	159.42	104.327	.355	.	.611
Keputusan12	159.49	100.813	.275	.	.596
Keputusan13	159.49	100.520	.286	.	.595
Keputusan14	160.07	102.276	.483	.	.611

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Keputusan15	160.18	101.006	.444	.	.605
Keputusan16	159.76	105.303	.326	.	.619
Keputusan17	159.66	98.521	.367	.	.587
Keputusan18	159.64	98.339	.401	.	.586
Keputusan19	159.58	96.887	.418	.	.581
Keputusan20	159.50	99.613	.328	.	.592
Total	81.93	26.436	1.000	.	.340

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 4.

OUTPUT SPSS

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Keputusankonsumen
/METHOD=ENTER Harga Kualitasproduk
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)

/RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID).
```

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitasproduk, Harga ^a		. Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Keputusankonsumen

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.751 ^a	.564	.552	3.443	1.716

- a. Predictors: (Constant), Kualitasproduk, Harga
- b. Dependent Variable: Keputusankonsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1117.539	2	558.770	47.149	.000 ^a
	Residual	865.132	73	11.851		
	Total	1982.671	75			

- a. Predictors: (Constant), Kualitasproduk, Harga
- b. Dependent Variable: Keputusankonsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

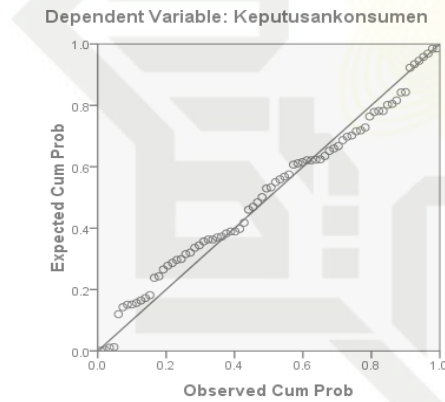
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	39.902	4.518		8.833	.000		
Harga	.872	.216	.371	4.042	.000	.711	1.407
Kualitasproduk	.647	.123	.483	5.270	.000	.711	1.407

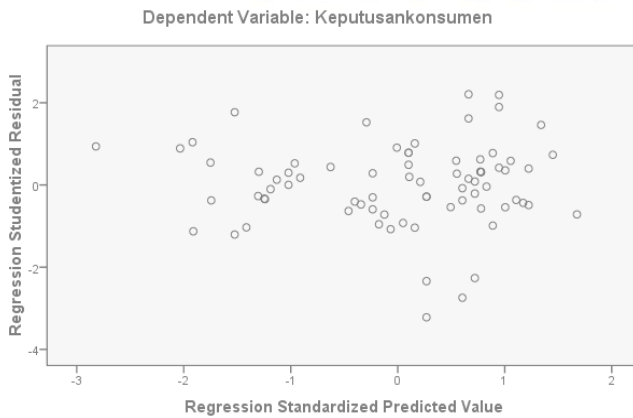
a. Dependent Variable: Keputusankonsumen

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot





SURAT KETERANGAN

Pengelel Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

- : TUGIMIN
- : 11525104596
- : KONOMI SYARIAH
- : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RAJA SOFA PEKANBARU DITINJAU DARI PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Pembimbing : Budi Azwar, SE., M.Ec

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

Pekanbaru, 21 Februari 2021

An. Pimpinan Redaksi



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

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

كآية 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

Pekanbaru, 10 Agustus 2020

: Un. 04/F.I/PP.00.9/5133/2020
: Bahasa
: 1 (Satu) Proposal
: Mohon Izin Riset

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

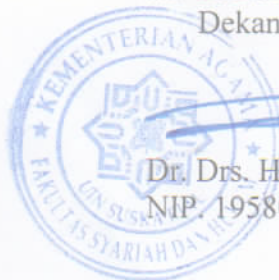
Nama : TUGIMIN
NIM : 11525104596
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : X (Sepuluh)
Lokasi : Raja Sofa Pekanbaru Jl. Teropong No 28 Kecamatan Tampan
Kelurahan Sidomulyo Barat

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
: PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA RAJA SOFA PEKANBARU DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

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

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



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

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Suka 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.

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

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

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

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

Proposal dengan judul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Raja Sofa Pekanbaru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah" ditulis oleh saudara :

Nama : Tugimin
NIM : 11525104596
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada :
Hari / Tanggal : Selasa, 19 November 2019
Narasumber : Darnilawati, SE, M.si

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

UIN SUSKA RIAU

Kepala Sub. Bagian Akademik

Jalinus, S. Ag

NIP:19708012007011023

Pekanbaru, 19 November 2019
Narasumber

Darnilawati, SE, M.si

NIP. 119790420200710 2 006

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/36154
 TENTANG



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

1.04.02.01

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 : 104/F.I/P/0.9/5133/2020 Tanggal 10 Agustus 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- 1. Nama : TUGIMIN
- 2. NIM / KTP : 11525104596
- 3. Program Studi : EKONOMI SYARIAH
- 4. Jenjang : S1
- 5. Alamat : PEKANBARU
- 6. Judul Penelitian : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RAJA SOFA PEKANBARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
- 7. Lokasi Penelitian : RAJA SOFA PEKANBARU JL. TEROPONG NO. 28 KECAMATAN TAMPAN KELURAHAN SIDOMULYO BARAT

Dengan ketentuan sebagai berikut:


Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 3 November 2020



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

Disampaikan Kepada Yth :

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

SURAT KETERANGAN LULUS

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/1837/2021

Dekan Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : TUGIMIN
Nim : 11525104596
Tempat/Tgl.Lahir : PASIR INDAH / 30 April 1994
Semester : XI (Sebelas)
Podi : Ekonomi Syariah S1
Konsentrasi : Tidak Ada
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RAJA SOFA PEKANBARU DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

telah dinyatakan Lulus Ujian Sarjana (S1) yang diselenggarakan oleh Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 03 Februari 2021 dengan IPK 2.97 berprediket Memuaskan.

Demikian Surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 10 Februari 2021

a.n Dekan,
Wakil Dekan II

Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag
NIP.197101081997031003



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA OKO RAJA SOFA PEKANBARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”, yang ditulis oleh:

Nama : TUGIMIN
NIM : 11525104596
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, Februari 2021
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M. Ag

Sekretaris
Madona Khairunnisa, ME. Sy

Penguji I
Yamsurizal, SE, M.Sc, Ak. CA

Penguji II
Dr. H. Johari, M.Ag

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

Jalinus, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023

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



RIWAYAT HIDUP PENULIS



TUGIMIN, Lahir di Pasir Indah, pada tanggal 30 April 1994. Anak Kedua dari dua bersaudara, dari pasangan ayahanda, Tukiran dan Sukinah Pendidikan Formal yang ditempuh oleh penulis adalah SD Negeri 029 Kunto Darussalam, Lulus pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan di Mts Miftahul Hidayah Pekanbaru, lulus tahun 2011, Setelah menyelesaikan pendidikan Mts, penulis melanjutkan pendidikan di MA Miftahul Hidayah dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri dengan mengambil studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melaksanakan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RAJA SOFA PEKANBARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**. Penulis dinyatakan lulus pada sidang munaqasyah tanggal 03 Februari 2021. jurusan Ekonomi Syairah pada Fakultas Syariah dan Hukum dengan IPK terakhir (2.95) Sangat Memuaskan dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

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