

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA  
INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMSI  
MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA  
RIAU DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)  
Fakultas Syariah dan Hukum*



**UIN SUSKA RIAU**

**OLEH**

**SRI NOVITA SARI**  
**NIM. 11425200402**

**PROGRAM S1 EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU**

**1442 H/2021 M**



**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Disparitas Harga Kartu Paket Data Internet Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Uin Suska Riau dalam Perspektif Ekonomi Islam**, yang ditulis oleh:

Nama : Sri Novita Sari  
 NIM : 11425200402  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Juli 2021

Pembimbing Skripsi

Darnilawati, SE., M.Si  
 NIP. 19790420 200710 2 006

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **PENGARUH PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**, yang ditulis oleh:

Nama. : SRI NOVITA SARI  
NIM : 11425200402  
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 9 Agustus 2021  
Waktu : 13.00 WIB  
Tempat : Daring/ Online

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

**Pekanbaru, 11 Agustus 2021**  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Zulkifli, M.Ag**

Sekretaris  
**Ade Fariz Fakhrollah, M.Ag**

Penguji I  
**Drs. Arifuddin, M.Ag**

Penguji II  
**Dr. Amrul Muzan, MA**

Mengetahui :  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

  
**Dr. Zulkifli, M.Ag.**  
NIP. 19741006 200501 1 005

**UIN SUSKA RIAU**



## ABSTRAK

Sri Novita Sari (2021). **Pengaruh Persepsi Harga Kartu Paket Data Internet Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA RIAU dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah terhadap penggunaan kartu paket internet, banyaknya pilihan kartu paket internet diduga mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dalam mengkonsumsi kartu paket data internet.

Penelitian ini melibatkan 86 mahasiswa jurusan ekonomi syariah sebagai sampel penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi harga kartu paket data internet, dan variabel dependennya adalah perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Rancangan penelitian adalah asosiatif kausal. Jenis penelitian termasuk Kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis statistik model korelasi dan regresi dengan bantuan Software SPSS versi 26. Untuk menguji setiap item pada setiap variabel telah dilakukan uji validitas dan realibilis instrumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah sebesar 16,0% sedangkan 84,0% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji t menunjukkan bahwa: nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi harga kartu paket mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Tinjauan dari ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ternyata sudah sesuai, dimana dalam mengkonsumsi kebutuhan mahasiswa sudah menerapkan prinsip hemat sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan ekonomi mereka. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Araf ayat 31.

**Kata kunci: Persepsi Harga, Perilaku Konsumsi**

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



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Alhamdulillah, segala puji syukur kita ke hadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga Kartu Paket Data Internet Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Uin Suska Riau dalam Perspektif Ekonomi Islam”** ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan sebagaimana mestinya tanpa ada suatu hambatan apapun.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di hari akhir kelak, aamiin.

Dalam penelitian skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan kekurangan, bila terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun jika dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datangnya dari penulis sendiri. Hal ini tidak lain karena kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan di kemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimah kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat kepada saya yakni Ayahanda Imam syafei dan Ibunda Lisna Dewita yang selalu sabar dalam membimbing saya baik dalam suka maupun duka. Serta adik- adik saya Nurhayani Putri, Syaqila Alzahra dan Fahri Kholiq.
2. Bapak Prof. DR. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau dan seluruh civitas akademika UIN Suska Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
4. Bapak Dr. H. Erman, M. Ag sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, M. Si sebagai Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M. Ag sebagai Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Nurwahid S.Ag, M.Ag dan Bapak Syamsurizal SE, M.Sc.Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan maupun karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
6. Ibu Darnilawati, SE., M.Si selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

8. Pimpinan serta karyawan perpustakaan UIN SUSKA RIAU, perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk mendapatkan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah C 2014, teman-teman KKN 2017 Desa Sumber Sari, dan teman-teman Kos Triputri yang telah memberikan semangat dan bantuan demi terselesaikannya skripsi ini..

Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimah kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, aamiin.

*Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalamualaikum Wr. Wb*

Pekanbaru, Juli 2021  
Penulis,

**SRI NOVITA SARI**  
**NIM. 11425200402**

UIN SUSKA RIAU



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## DAFTAR ISI

<b>ABSTARK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Hipotesis Penelitian.....	10
F. Metode Penelitian.....	11
G. Penelitian Terdahulu .....	22
H. Sistematika Penulisan.....	27
<b>BAB II GAMBARAN UMUM FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU</b>	
A. Sejarah Singkat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau	29
B. Letak Geografis dan Demografis .....	33
C. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Syariah dan Hukum .....	33
D. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Hukum .....	35
E. Jurusan Ekonomi Syariah.....	36
F. Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Jurusan Ekonomi Syariah .....	38
<b>BAB III TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Harga .....	40
1. Pengertian Harga.....	40
2. Persepsi Harga.....	41
3. Tujuan Penetapan Harga .....	42
4. Prosedur Penetapan Harga .....	43





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

5. Indikator Harga .....	45
6. Harga Dalam Islam .....	46
B. Perilaku Konsumen .....	48
1. Faktor- Faktor Kebudayaan.....	50
2. Faktor- Faktor Sosial.....	51
3. Faktor- Faktor Pribadi .....	51
4. Faktor- Faktor Psikologis .....	52
C. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	53
1. Pengenalan Masalah.....	54
2. Pencarian Infoemasi .....	54
3. Evaluasi Alternatif .....	55
4. Keputusan Pembelian.....	55
5. Perilaku Pasca Pembelian .....	56
D. Perilaku Konsumen Dalam Islam.....	57

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Persepsi Harga Kartu Paket Data Internet Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau .....	60
1. Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian .....	61
2. Uji Asumsi Klasik.....	63
3. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	66
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau dalam Mengkonsusmsi Kartu Paket Data Internet.....	71

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	73
B. Saran.....	74

**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 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 TABEL**

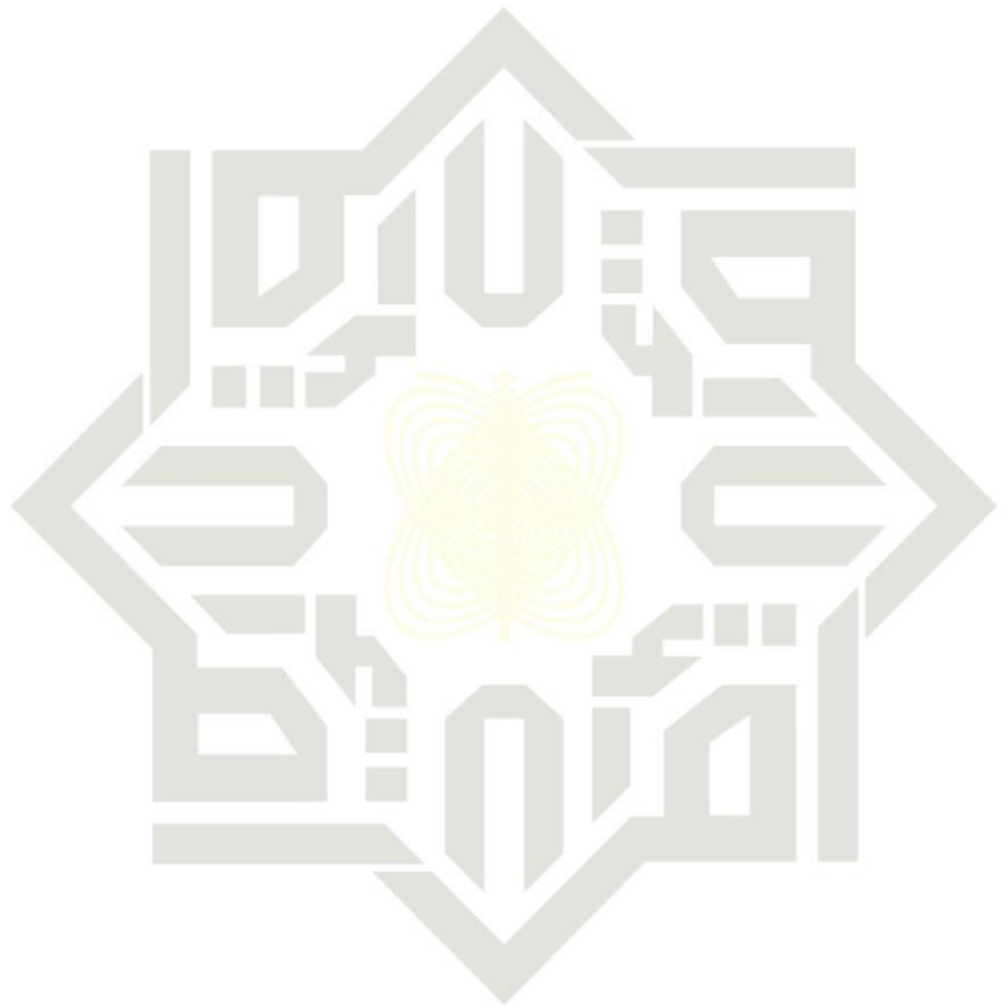
Tabel 1.1	Alasan Menggunakan Operator Internet Tertentu .....	3
Tabel 1.2	Tenis Paket Data Internet, Besaran Kuota Yang Diberikan, dan Harganya .....	4
Tabel 1.3	Jumlah Populasi Mahasiswa Aktif Tahun 2020 .....	12
Tabel 1.4	Indikator Variabel .....	15
Tabel 1.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	21
Tabel 2.1	Data Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Angkatan 2014-2020.....	37
Tabel 4.1	Uji Validitas Pesepsi Harga Kartu Paket .....	62
Tabel 4.2	Uji Validitas Perilaku Konsumsi .....	62
Tabel 4.3	Uji Reabilitas Variabel X.....	63
Tabel 4.4	Uji Reabilitas Variabel Y.....	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi .....	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	67
Tabel 4.9	Uji Determinasi.....	69
Tabel 4.10	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi .....	70
Tabel 4.11	Uji Regresi Parsial .....	71

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 2.1	Struktur Organisasi Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau .....	35
Gambar 3.1	Lima Tahap Proes Pengambilan Keputusan.....	53



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, sehingga pebisnis dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Menurut Kotler dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.<sup>1</sup> Oleh karena itu perusahaan dituntut harus mampu memahami perilaku konsumen, karena jika perusahaan ingin tetap berjalan dan terus tumbuh, maka ia harus dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang telah menjadi pelanggannya, tugas tersebut akan semakin mudah jika pelaku bisnis memahami perilaku konsumen dengan baik.<sup>2</sup>

Perilaku konsumen merupakan unsur penting yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena pada dasarnya perusahaan tidak mengetahui apa yang ada dalam pikiran konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah pembelian. Schiffman dan Kanuk menyatakan bahwa “Istilah perilaku konsumen

<sup>1</sup>Kotler dan Keller *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), jilid 1, h. 32

<sup>2</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2015), h. 8

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

merujuk pada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka”.<sup>3</sup> Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya, serta memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya.

Teknologi internet pada saat ini bukanlah sesuatu sesuatu yang asing lagi dimasyarakat, dan telah banyak digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak sampai orang tua. Internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk dapat mengakses informasi dengan mudah, seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, berita, kesehatan, olahraga, game terbaru, situs jejaring sosial untuk mencari teman dan lain sebagainya. Menggunakan internet masyarakat dapat menjelajahi dunia maya untuk mencari informasi yang dibutuhkan atau mengakses layanan media sosial yang saat ini tengah digemari berbagai kalangan masyarakat sebagai alat komunikasi antar manusia, sehingga internet merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan pada saat ini.

Pada kasus persaingan bisnis dalam bidang layanan paket internet yang jenisnya sekarang sangat banyak, diantaranya yaitu Telkomsel, XL Axiata, Tri, Axis, Indosat dan Smartfren. Karena banyaknya pesaing, suatu

<sup>3</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 32

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

perusahaan harus bisa mengetahui alasan konsumen dalam memilih kartu paket data internet. Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 ada beberapa alasan menggunakan operator internet tertentu, sebagaimana pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1**

**Alasan Menggunakan Operator Internet Tertentu**

Alasan	Jumlah(jiwa)	Persentase(%)
1. Sinyal kuat	59,7 juta	45%
2. Harga terjangkau	33,8 juta	25,5%
3. Berhemat	10,4 juta	7,9%
4. Banyak bonus	8,2 juta	6,2%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat selain sinyal yang kuat, harga yang terjangkau juga merupakan alasan mengapa seorang memilih kartu paket data internet tertentu yaitu sebesar 25,5%.

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.<sup>4</sup>

Dalam ekonomi Islam harga yang ditawarkan untuk suatu produk haruslah sesuai dengan manfaat yang akan didapatkan dari produk tersebut, sehingga ketentuan Allah SWT bahwa perniagaan harus dilaksanakan suka sama suka dapat terlaksana.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 32

<sup>5</sup>Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), h. 124

Al-Qur'an surat An-Nisa'(4): ayat 29, Allah SWT berfirman:

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

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*(QS. An-Nisa' 4: Ayat 29)

Untuk bisa bersaing perusahaan harus bisa menghasilkan produk dengan harga yang terjangkau agar bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berikut adalah harga dari berbagai macam kartu paket data internet disalah satu toko ponsel di JL. HR.Soebrantas, Panam.

**Tabel 1.2**

**Jenis Paket Data Internet, Besaran Kuota yang Diberikan dan Harganya**

Jenis kartu	Kuota (Gigabyte)	Harga (RP)	Keterangan	Kelebihan/ Kekurangan
XL	4,5 GB	28.000	1,5(3G) 2(4G) 1 (Youtube)	Pada besaran kuota 4,5 GB, 8GB, dan 15GB memiliki kuota khusus sebesar 1GB untuk youtube, sehingga jumlah kuota yang bisa di gunakan untuk browsing internet berkurang, tetapi akan menguntungkan untuk konsumen yang suka menggunakan aplikasi youtube. Memiliki kecepatan akses internet yang bagus (tergantung lokasi)
	8 GB	40.000	3(3G) 4(4G) 1 (Youtube)	
	15 GB	64.000	6(3G) 8(4G) 1(Youtube)	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

				(sumber : www.carabisnis- pulsa.com)
Telkomsel	1,5 GB	17.000	Bebas (3G/4G)	Pada kartu paket telkomsel memiliki kuota khusus sebesar 2GB yang disebut OMG (Oh My Gigabytes) yang hanya bisa digunakan untuk media sosial dan youtube. Selebihnya bisa digunakan secara bebas untuk mengakses internet. jika dibandingkan dengan kartu paket internet yang lain, untuk harga telkomsel lebih mahal daripada yang lain. Kelebihannya telkomsel cenderung jaringannya lebih baik daripada yang lain, walaupun dilokasi yang terpencil. (sumber : www.carabisnis- pulsa.com)
	6 GB	31.000	4GB (4G) 2 GB (OMG)	
	10 GB	48.000	8 GB (3G/4G) 2 GB (OMG)	
	14 GB	68.000	12 GB(3G/4G) 2 GB (OMG)	
	19 GB	75.000	17 GB(3G/4G) 2 GB (OMG)	
	1,5 GB	17.000	Voucher	
	4 GB	46.000	Voucher	
	7 GB	76.000	Voucher	
	10 GB	105.000	Voucher	
	14 GB	115.000	Voucher	
	27 GB	180.000	Voucher	
	52 GB	227.000	Voucher	
	6 GB 10 GB 14 GB	30.000 47.000 65.000	Lokal	
	17 GB	80.000	Nasional	
Tri	1 GB	8.000	(2G/3G/4G) /7 HARI	Kartu paket yang murah meriah. Terkadang disetiap pembelian kartu paket internet ada yang dibagi-bagi seperti 1,5
	1,5 GB	15.000	(2G/3G/4G)	
	3 GB	27.000	(2G/3G/4G)	
	6 GB 9 GB	36.000 48.000	(2G/3G/4G) (2G/3G/4G)	



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

	18 GB	75.000	(2G/3G/4G)	GB (MIDNIGHT 1 GB dan Siang 0,5 GB). Jika ditempat terpencil, jaringannya kurang bagus. Terkadang kecepatan internetnya juga kurang bagus.
	50 GB	75.000	(2G/3G/4G)	
	6 GB UNLIMITED	53.000	(2G/3G/4G)	
	AON 5	68.000		
Axis	1,5 GB	12.000	Kartu	Akses internet urah, memiliki layanan free akses internet 100 mb/ bulan. Kekurangannya adalah sinyal yang terbatas, belum banyak yang mengenal dan mengetahui keberadaan axis, jaringan 4G yang terbatas.
	3 GB	21.000	Kartu	
	5 GB	28.000	Kartu	
	1,5 GB	15.000	Voucher	
	3 GB	25.000	Voucher	
	5 GB	33.000	Voucher	
	2 GB /5hari	8.000	Voucher	
	5 GB /15 hari	20.000	Voucher	
Indosat	2 GB	20.000	Kartu	Memiliki tarif yang lebih murah daripada telkomsel dan beberapa kartu lainnya, memiliki jaringan yang cukup luas, memiliki masa aktif yang lebih lama, ada sistem poin setiap kali mengisi pulsa, memiliki jaringan 4G yang cepat, sisa kuota dapat digunakan saat perpanjangan paket. Kekurangannya adalah bonus yang diberikan kadang tidak menentu, jaringan belum mencapai seluruh Indonesia, sering adanya gangguan saat ingin mengisi pulsa, sinyal kadang lemah. (sumber : <a href="http://www.carabisnis-">www.carabisnis-</a>
	1 GB/ 7 Hari	12.000	Voucher	
	2 GB/ 15 Hari	18.000	Voucher	

				pulsa.com)
	Paket yellow 1 GB	3500/ Hari	Im3 ooredoo	Perpanjangan otomatis, harganya murah, pulsa safe. (sumber : indosatooredoo.com)
Smartfren	5 GB	15.000	Kartu	Kartu paket yang murah, kartu smartfren booming setelah mengeluarkan kartu unlimited dengan harga yang sangat terjangkau, hingga sekarang juga semakin bervariasi. Kekurangannya adalah kekuatan sinyal kartu belum merata, disebagian daerah belum bisa digunakan. (sumber : nexttren.com)
	10 GB	30.000	Kartu	
	16 GB	40.000	Kartu	
	30 GB	60.000	Kartu	
	Unlimited	74.000	Kartu	
	10 GB	28.000	Voucher	
	16 GB	38.000	Voucher	
	30 GB	58.000	Voucher	
	60 GB	98.000	Voucher	
	Unlimited	73.000	Voucher	

Sumber: Amoeba Cell, Jl. Hr. Soebrantas, Panam (Februari, 2020)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa adanya banyak jenis kartu paket data internet dan variasi harga yang diberikan, sehingga mempermudah konsumen untuk bisa memilih jenis kartu paket data internet mana yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan survei awal penulis, didapati bahwa 3 dari 14 mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau menghabiskan sebanyak Rp100.000/bulan untuk membeli kartu paket data internet. Lalu masing-masing sebanyak 2 orang dari 14 mahasiswa, menghabiskan uang sebesar Rp50.000, Rp60.000, Rp120.000/bulan untuk membeli kartu paket data internetnya. Terakhir, masing-masing sebanyak 1 orang dari 14 mahasiswa menghabiskan uang sebesar Rp25.000, Rp45.000,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Rp140.000, Rp200.000, dan Rp300.000/bulan. Mengamati dari jumlah uang yang dikeluarkan oleh setiap mahasiswa untuk membeli kartu paket data internet, mengundang tanda tanya bagi peneliti mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dalam memutuskan pembelian kartu paket data internet. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah UIN Suska Riau.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau khususnya angkatan 2017, 2018 dan 2019, yang saat ini berada pada semester 8,6, dan 4 dan yang seharusnya telah matang secara teori mengenai perilaku konsumsi yang baik, dan juga bisa memilih dengan bijak kartu paket data internet mana yang lebih sesuai dengan kebutuhannya.

Jadi, untuk dapat mengetahui sejauh mana pengaruh persepsi harga dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih kartu paket data internet, maka penulis mengambil judul penelitian yaitu “PENGARUH PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF 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 suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah pada sasaran dan pokok permasalahan yang diinginkan, maka penulis batasi tentang pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau dalam perspektif ekonomi Islam angkatan 2017,2018 dan 2019.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau dalam mengkonsumsi kartu paket data internet?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Menganalisis pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau.
- b. Menganalisis tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau dalam mengkonsumsi kartu paket data internet.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Sebagai penambah wawasan peneliti dan syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, yang nantinya dapat bermanfaat bagi pelaku usaha kartu paket data internet.
- c. Diharapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif bagi pemakai kartu paket data internet tentang analisa kartu paket internet yang mana yang lebih baik untuk digunakan.

**E. Hipotesis penelitian**

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

Ha: Diduga bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA.

H<sub>0</sub>: Diduga bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA.

## F. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017, 2018 dan 2019 Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.

#### b. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau dalam perspektif Ekonomi Islam.

### 3. Populasi dan sampel

#### a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diteliti. Dalam pemilihan populasi, target harus sesuai dengan tujuan riset.<sup>6</sup>

<sup>6</sup>Sulianto, *Metode Riset Bisnis*, ( Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2006), h. 96

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum UIN SUSKA Riau dari angkatan 2017, 2018 dan 2019 yang berjumlah 607 orang.

**Tabel 1.3**

**Jumlah Populasi Mahasiswa Aktif Tahun 2020**

Angkatan	Jumlah
2017	226
2018	240
2019	141
<b>Total</b>	<b>607</b>

Sumber: Fakultas Syariah dan Hukum, 2020

b. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.<sup>7</sup>

Karena besarnya jumlah populasi, peneliti menggunakan rumus dari Slovin untuk menentukan ukuran sampel dari populasi penelitian, yaitu:

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

keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

<sup>7</sup>Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 162

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

E : persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.<sup>8</sup>

$$n = \frac{607}{1 + 607 \times (10\%)^2}$$

n = 86 orang.

Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 orang dari mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2017, 2018 dan 2019.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu teknik yang paling sederhana (simpler). Sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai subjek.<sup>9</sup>

#### 4. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian penulis menggunakan data primer dan data sekunder.

- a. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sampel penelitian yaitu dari mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017, 2018 dan 2019 UIN Suska Riau yang berupa angket penelitian.
- b. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen atau buku-buku yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

<sup>8</sup>*Ibid*, h. 180

<sup>9</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 151





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Untuk mengumpulkan data penulis menggunakan beberapa teknik antara lain sebagai berikut :

- a. Kuesioner, yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan dan menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.<sup>10</sup>
- b. Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen- dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

### 6. Devenisi Variabel

Variabel adalah sesuatu yang dijadikan objek penelitian atau yang diteliti.<sup>11</sup> Adapun yang dijadikan variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang memengaruhi timbulnya variabel dependen.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah persepsi harga kartu paket data internet.
- b. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2017,2018 dan 2019.

<sup>10</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Pers,2009), h. 49

<sup>11</sup>Muhamad, *Op. Cit.*, h. 68

<sup>12</sup>*Ibid*, h. 69

<sup>13</sup>*Ibid*.

**Tabel 1.4**

**Indikator Variabel**

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
Persepsi Harga (X)	Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. <sup>14</sup> Lily dan Yurike (2015) mengemukakan bahwa persepsi harga adalah pandangan pelanggan dalam melihat harga dilihat dari tinggi dan rendahnya harga yang mempengaruhi keputusan pembelian.	a. keterjangkauan harga b. harga pesaing c. kesesuaian harga dengan kualitas produk d. kesesuaian harga dengan manfaat yang dihasilkan	Likert 1s/5
Perilaku konsumen (Y)	Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses kebutuhan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. <sup>15</sup>	a. Faktor Kebudayaan (kebudayaan, subbudaya, kelas sosial) <sup>16</sup> b. Faktor-faktor Sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status) c. Faktor-faktor Pribadi (umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup,	Likert 1s/5

<sup>14</sup>Husein Umar, *Op. Cit*, h. 32

<sup>15</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Prespektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), cet. Ke-5, h. 2

<sup>16</sup>*Ibid*, h. 10

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

		kepribadian dan konsep diri) <b>d.</b> Faktor-faktor Psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap)	
--	--	--	--

**7. Pengukuran Variabel**

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal model Likert. Pada tiap nomor pertanyaan disediakan lima alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

- a. Alternatif jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Alternatif jawaban setuju(ST) diberi skor 4
- c. Alternatif jawaban cukup setuju( CT) diberi skor 3
- d. Alternatif jawaban tidak setuju(TS) diberi skor 2
- e. Alternatif jawaban sangat tidak setuju(STS) diberi skor 1<sup>17</sup>

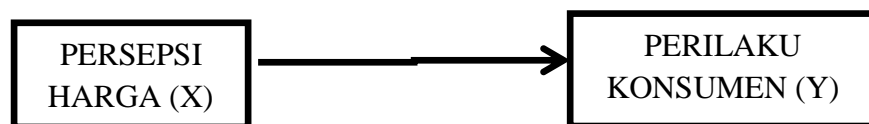
**8. Kerangka Pemikiran**

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur – unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Kerangka konseptual di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), h. 88

Gambar 1.1

## Kerangka Pemikiran



## 9. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang disajikan, penulis menggunakan metode analisis data kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariat), model statistik, dan ekonometrik. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.<sup>18</sup>

## 10. Teknik Analisis Data

Untuk mengolah dan menganalisis data penulis menggunakan SPSS versi 26. Teknik analisis data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Uji instrumen

#### 1) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan keadaan yang

<sup>18</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010),

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

sebenarnya dari variable penelitian. Sebuah instrument dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.<sup>19</sup>

## 2) Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda. Dalam arti lain, reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam waktu yang sama, akan menghasilkan data dan kesimpulan yang juga sama.<sup>20</sup>

**b. Uji Asumsi Klasik**

## 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji  $t$  dan uji  $F$  mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dari hasil *Kolmogorov-Smirnov*. Dikatakan memenuhi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan lebih besar dari 0,05.

## 2) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah

<sup>19</sup>Iqbal Hasan, *Pokok- Pokok Materi Statistik 1*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 235

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 291



autokorelasi. Metode pengujian menggunakan *uji Durbin-Watson* (DW- Test). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika  $dU < DW < 4-dU$  maka  $H_0$  diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi.
  - b) Jika  $DW < dL$  atau  $DW > 4-dL$  maka  $H_0$  ditolak dan terdapat masalah autokorelasi.
  - c) Jika  $dL < DW < Du$  atau  $4-dU < DW < 4-dL$  maka tidak ada keputusan yang pasti.
- 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dari tingkat signifikansi dapat digunakan *Uji Glejser*. Jika tingkat signifikansi berada di atas 5% berarti tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi jika berada di bawah 5% berarti terjadi heteroskedastisitas.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Uji Hipotesis

#### 1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).<sup>21</sup>

Rumus regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent (Perilaku konsumen)

a = Nilai intercept (konstan)

b = Koefisien regresi linear

X= Variabel independen ( Persepsi Harga)<sup>22</sup>

Analisa regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan alat bantu program software aplikasi statistik SPSS (*Statistic for Product and Service Solution*). Analisa yang akan dilakukan sebelumnya perlu dilakukan uji data untuk menjaga agar data yang diperoleh sesuai dengan harapan.

#### 2) Uji Determinasi

Untuk mengukur kontribusi variabel X terhadap variabel Y di gunakan uji koefisien determinasi. Cara menentukan Koefisien Determinasi dengan melihat kolom  $R^2$ , hasil dari analisa data SPSS.

Persamaan untuk Koefisien Determinasi sebagai berikut :

$$KD = R \times 100 \%$$

<sup>21</sup>Abdurahman Misno dan Ahmad Rivai, *Metode Penelitian Muamalah Kualitatif And Kuantitatif Approach*, (Bogor: Pustaka Amma Alamia, 2017), h. 56

<sup>22</sup>Ibid.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi

## 3) Uji koefisien korelasi (r)

Koefisien korelasi dilakukan untuk melihat keberadaan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria derajat hubungan koefisien korelasi adalah seperti tabel 1.5

**Tabel 1.5**

**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Erat
0,80 – 0,100	Sangat Erat

## 4) Uji Reglesi Parsial (Uji t)

Menurut Imam Ghozali uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

**Penelitian Terdahulu**

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu antara lain :

No	Nama dan judul penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wifky Muharam dan Euis Soliha, (Universitas Stikubank Semarang, Semarang, 2017)/ Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel independen (X1) kualitas produk, (X2) citra merek, (X3) persepsi harga, dan variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda mobilio. Selanjutnya bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda mobilio serta persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda mobilio.
2.	Anita Sari, (Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung,	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel independen (X1) persepsi kualitas	Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat pengaruh persepsi kualitas terhadap minat

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

	2017)/ Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Motor Honda Terhadap Minat Beli di Lampung Selatan.	produk, (X2) harga, dan variabel dependen (Y) minat beli. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda, dan pengujian hipotesis uji t dan uji f.	beli konsumen PT. Astra Internasional tbk. Merak Batin Lampung Selatan (2) Terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen PT. Astra Internasional tbk. Merak Batin Lampung Selatan. (3) Terdapat pengaruh persepsi kualitas dan harga terhadap minat beli konsumen PT. Astra Internasional tbk. Merak Batin Lampung Selatan.
3.	Ratlan Pardede dan Tarcicius Yudi Haryadi, (Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara, 2016)/ Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel independen (X1) persepsi harga, (X2) kualitas produk, (X3) kepuasan konsumen, dan variabel dependen (Y) keputusan pembelian konsumen. Teknik analisis data menggunakan metode Analisis <i>Normality</i> , Analisis <i>Structural Modeling</i> (SEM) dan analisis <i>Hypotesis</i> yang terdiri atas pengaruh langsung dan tidak langsung. Untuk mendapatkan pengaruh langsung dan tidak langsung digunakan analisis jalur dengan menggunakan peubah pengganggu. Peubah pengganggu tersebut merupakan peubah pengantara yang berfungsi memediasi kaitan antara peubah bebas dengan peubah	Hasil dari penelitian adalah : 1). Persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, 2).Persepsi harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, 3).Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, 4). Kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, 5).Kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, 6).Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yang memediasi persepsi harga dan kualitas

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

		gayut.	produk.
4.	Danik, (Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2017)/ Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Paket Data Internet (Studi Kasus Pada Masyarakat Klaci 3 Margoluwih Seyegen Sleman Yogyakarta)	Penelitian ini menggunakan metode analisa data kualitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, dengan cara menganalisis deskriptif faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data internet. Variabel independen penelitiannya adalah (X1) desain kartu, (X2) kemasan kartu, (X3) jenis kartu bervariasi, (X4) program kartu paket data, (X5) harga jual, (X6) kartu mudah ditemui, (X7) jaringan luas dan kuat, (X8) promosi, (X9) tarif internet, (X10) bonus layanan internet, (X11) pulsa awal perdana, (X12) bonus SMS dan telepon, (X13) jaringan 4G, (X14) masa aktif kartu. Variabel dependennya adalah keputusan pembelian kartu paket data internet	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 100 sampel, sampel paling banyak menggunakan kartu tri untuk kartu paket data internetnya yaitu sebanyak 28 orang. Faktor terbesar pertimbangan sampel dalam pembelian kartu paket data internet adalah faktor program kartu paket data dan faktor yang paling kecil dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data adalah faktor promosi.
5.	Irfan Maulana, (Universitas Sumatra Utara, 2018)/ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode uji instrumen, uji asumsi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial, menunjukkan $t_{hitung} 1,871 > t_{tabel} 1,665$ dengan sig. sebesar 0,064 yang artinya 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Pembelian Kartu Prabayar Axis (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)	klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Pengujian ini dilakukan menggunakan bantuan <i>software statistic SPSS 23</i> . Variabel bebasnya adalah kualitas produk, harga, promosi dan popularitas, sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian.	kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Variabel harga secara parsial, menunjukkan $t_{hitung} 5,627 > t_{tabel} 1,665$ dengan sig. Sebesar 0,000 yang artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji-F), terlihat bahwa $F_{hitung} 31,095 > F_{tabel} 2,36$ dengan sig. Sebesar 0,000 yang artinya variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Angka <i>R square</i> sebesar 40,1% menunjukkan pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
6.	Budi Prasetyo Prakoso, (Mahasiswa Strata 1 Institut Pertanian Bogor, 2014)/ Analisis Faktor-Faktor Yang Dipentingkan Konsumen Dalam Keputusan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel independen (X1) faktor efisiensi dan <i>opportunity</i> , (X2) faktor komunikasi dan motivasi, (X3) faktor biaya dan pengaruh orang lain, (X4) faktor	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahawa mayoritas responden yang juga merupakan pengguna kartu simpati adalah perempuan dengan usia 21 tahun dan sedang menjalankan studi di

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

	Pembelian Sim Card Simpati di Era Mobile Apps (Studi Kasus Mahasiswa Strata 1 Institut Pertanian Bogor)	manfaat utama. Variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian sim card Simpati di era mobile Apps. Metode pengolahan dan analisis data adalah analisis deskriptif dan analisis faktor.	semester 8, serta memiliki keuangan yang berasal dari orang tua rata-rata sebesar rp. 500.000- Rp 1.000.000. kemudian pada proses pengambilan keputusan pembelian kartu simpati menunjukkan bahwa pada tahap pengenalan kebutuhan mayoritas responden mengharapkan manfaat berupa komunikasi yang lancar hal lainnya yang menjadi motivasi utama pembelian kartu simpati adalah mendapatkan sinyal kuat. Selain itu faktor penghalang utama dalam pembelian adalah mahalnnya harga yang ditawarkan oleh simpati.
8.	Aprillia Bunga Cindy,( Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017)/ Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel independen penelitian ini adalah (X1) harga paket, (X2) kualitas jaringan, dan (X3) promosi. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah (Y) keputusan pembelian. teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga, kualitas jaringan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) diperoleh R square sebesar 0,290 (29%) bahwa kemampuan variabel harga, kualitas jaringan, dan promosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 29% dan masih dipengaruhi variabel independen lainnya sebesar 71%.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### H Sistematika Penulisan

Untuk terarahnya penulisan ini, maka penulis membaginya ke dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU**

Bab ini berisi tentang sejarah singkat berdirinya Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Suska Riau, Visi, Misi Jurusan Ekonomi Islam, Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Hukum.

#### **BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan konsep pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumen.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh persepsi harga dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen.

Bab ini dikemukakan beberapa kesimpulan yang dirangkum dari hasil penelitian dan pembahasan, kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan beberapa saran.

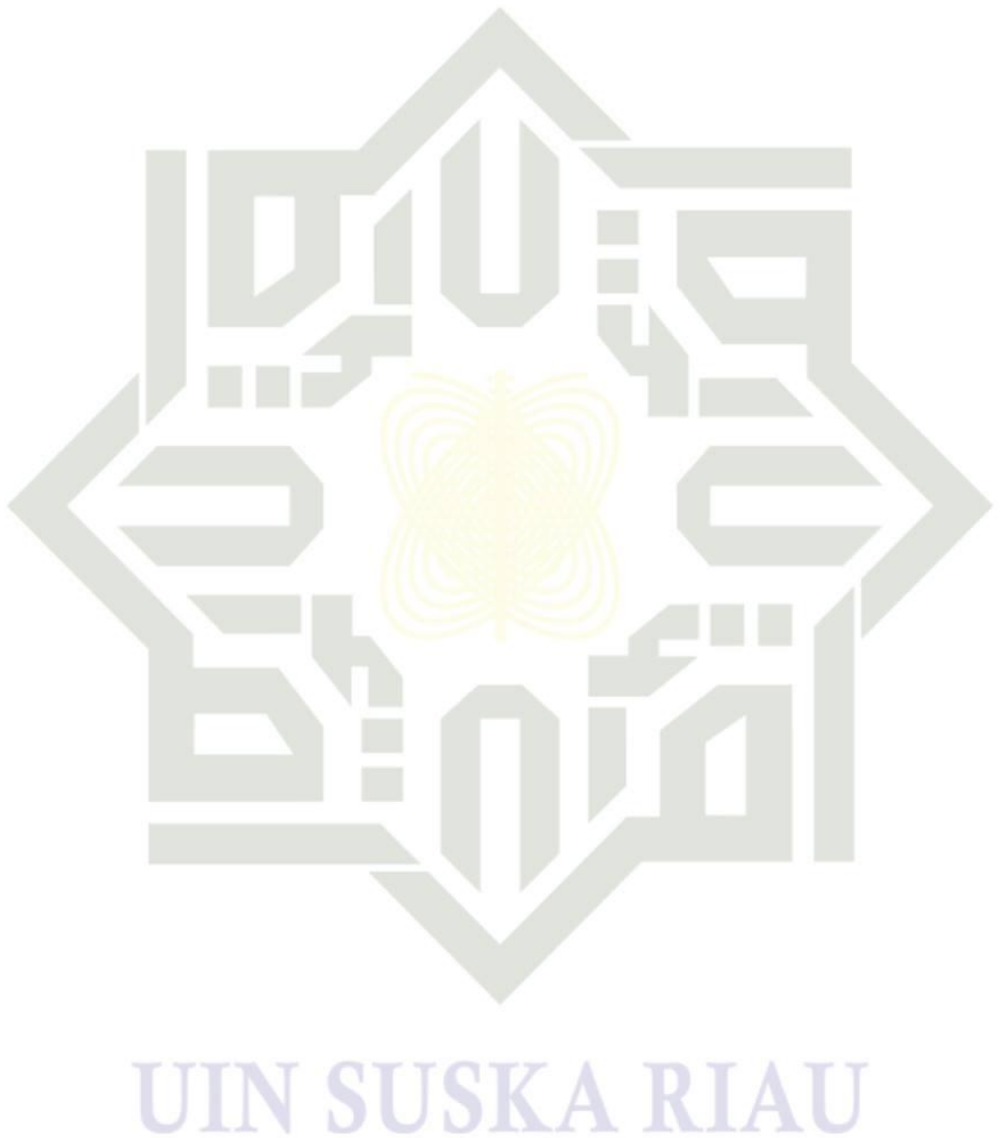
## BAB V :PENUTUP

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## BAB II

### GAMBARAN UMUM FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU

#### A. Sejarah Singkat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Pembangunan Nasional pada hakekatnya adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Masyarakat Riau merupakan bagian dari rakyat Indonesia. Perkembangan dunia modern akhir abad ke dua puluh atau awal abad ke dua puluh satu, ditandai dengan kemajuan ini akan membawa perubahan-perubahan dalam kehidupan manusia, baik kehidupan politik, ekonomi maupun sosial budaya.<sup>23</sup>

Dalam bidang politik, peraturan kekuasaan dan pengaruh negara-negara maju atas negara-negara dunia ketiga terus berlanjut. Dalam bidang ekonomi, masyarakat kota yang agraris menjadi masyarakat industri dengan menggunakan teknologi modern. Dalam kaitan ini pengaruh negara-negara maju sangat mewarnai ekonomi bangsa. Dalam bidang sosial budaya, pengaruh budaya asing melalui sistem komunikasi dan informasi modern menjarak jaringan-jaringan sosial budaya, sehingga pergeseran nilai masyarakat dalam memandang dunia kehidupan sangat dirasakan oleh setiap orang.<sup>24</sup>

Sebagai dampak negatif dari kondisi tersebut dapat diramalkan bahwa arah kehidupan masyarakat masa mendatang cenderung ke arah materialistis, sekularistis dan individualistis, karena pengaruh keterbukaan yang dinamis dan

<sup>23</sup>Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Seltan Syarif Kasim Riau, "Sejarah Singkat", diakses dari <https://fasih.uin-suska.ac.id/sejarah-singkat/>, pada 05 Maret 2018 Pukul 20:41 WIB

<sup>24</sup>*Ibid.*,





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

asionalis, yang pada akhirnya bermuara kepada pergeseran pandangan terhadap nilai-nilai agama.<sup>25</sup>

Dalam menghadapi perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut, maka peranan para intelektual muslim semakin sangat penting. Mereka harus mampu mengarahkan kemajuan ilmu dan teknologi bernafaskan Islami.<sup>26</sup>

Menyadari kelemahan dan kekurangan akan hal yang demikian maka tokoh agama, pemuka masyarakat dan pemerintah daerah RIAU merasa terpanggil untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi yang beridentitas Islam. Ide tersebut menjadi kenyataan dengan usaha membentuk BADAN PELAKSANA AL-JAMI'AH AL ISLAMIAH (BAPELA) Riau yang diketuai oleh Datuk Wan Abdurrahman (Wakil Gubernur KHD Tk. I Riau). Sebagai salah satu usaha dari BAPELA adalah pendirian Fakultas Syariah, berdasarkan surat keputusan Menteri Agama No. 79 tahun 1966 tanggal 21 Nopember 1966 Fakultas yang didirikan ini merupakan salah satu Fakultas pada Universitas Islam Riau (UIR) cabang Tembilahan. Pada waktu yang bersamaan dilantiklah Haji Abdul Hamid Sulaiman sebagai Dekan.

Penegerian Fakultas Syariah itu dipersiapkan oleh panitia persiapan penegerian yang dipersiapkan oleh A. Satar Hakim (Bupati KDH Tk. II Indragiri Hilir di Tembilahan).<sup>27</sup>

Setelah di negerikan Fakultas Syariah berinduk kepada IAIN Imam Bonjol Padang. Berhubungan sulitnya transportasi dan komunikasi, maka

<sup>25</sup> *Ibid.*,

<sup>26</sup> *Ibid.*,

<sup>27</sup> *Ibid.*,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

dengan SK Menteri Agama RI No. 99 Tahun 1967 Tanggal 4 September 1967 berpindah induk ke IAIN Sulthan Thaha Syaifudin Jambi. Tapi juga mengalami kesulitan dan kendala tentang administrasi, maka dengan SK Menteri Agama RI No. 36 Tahun 1969 tanggal 5 Mei 1969 berpindah ke IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Sejak diresmikan berdirinya IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru, yaitu tanggal 16 September 1970 yang berdasarkan SK Menteri Agama RI No. 1994 tahun 1970, Fakultas Syariah Tembilahan resmi berinduk ke IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru.<sup>28</sup>

Semula Fakultas Syariah hanya berstatus Fakultas Muda yaitu sampai Sarjana Muda saja. Dengan jurusan Qadha'. Kemudian melalui SK Menteri Agama RI No. 69 Tahun 1982, tanggal 27 Juli 1982, status Fakultas Syariah ditingkatkan menjadi Fakultas Madya.<sup>29</sup>

Berdasarkan SK Menteri Agama RI tersebut Fakultas Syariah menyelenggarakan perkuliahan tingkat Doktoral Syariah membuka kuliah ditingkat Doktoral dengan jurusan Qadha'. Hal ini terus berlangsung sampai dimulai Sistem Kredit Semester (SKS) pada tahun ajaran 1984/1985. Pada saat itu Fakultas Syariah sudah berkembang menjadi dua jurusan yaitu Peradilan Agama (PA) dan jurusan Perdata/Pidana Islam (PPI).<sup>30</sup>

Tahun ajaran 1989/1990 terdapat pula perubahan dan penambahan jurusan, yaitu Peradilan Agama (PA), Jurusan Perbandingan Mazhab (PM) sebagai jurusan baru, dan jurusan Mu'amalah Jinayah (MJ) sebagai ganti dari jurusan Perdata dan Pidana Islam. Enam tahun kemudian, tepatnya pada tahun

<sup>28</sup> *Ibid.*,

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

<sup>30</sup> *Ibid.*,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ajaran 1995/1996 terjadi lagi perubahan jurusan Peradilan Agama (PA) berubah nama dengan Ahwal al-Syakhshiyah (AS), jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum (PMH), jurusan Muamalah Jinayah dimekarkan menjadi dua jurusan yaitu jurusan Muamalah (M) dan jurusan Jinayah Siyasah (JS). Kemudian pada tahun ajaran 1997/1998 berganti nama lagi menjadi : Jurusan Ahwal al-Syakhshiyah yang semula disingkat AS menjadi AH. Jurusan Muamalah tidak ada perubahan. Jurusan Perbandingan Mazhab Hukum (PMH) menjadi Perbandingan Hukum dan Mazhab (PHM). Jurusan Jinayah Siyasah (JS) menjadi Siyasah Jinayah (SJ).<sup>31</sup>

Mulai tahun akademi 1998/1999 dibuka : Jurusan Manajemen (MEN) dan Program D.III Manajemen Perusahaan (MP). Setelah berjalan beberapa tahun sesuai dengan tuntutan perubahan status IAIN menjadi UIN, maka pada tahun 2002 / 2003 jurusan Manajemen (Men) dan Program D3 Managemen Perusahaan (MP) menjadi fakultas tersendiri yang diberi nama Fakultas Ekonomi. Dengan dimulai sejak tahun itu, maka pelaksana administrasi dan akademik terpisah dari Fakultas Syariah.<sup>32</sup>

Tetapi dengan semakin besarnya tuntutan perubahan, maka mulai tahun akademik 2002 / 2003 Fakultas Syariah membuka jurusan baru yaitu Jurusan Ekonomi Islam (EI) Program Studi Ekonomi Perbankan S1 yang lebih berbasis syariah, yaitu dengan SK Menteri Agama RI No. E/16/1998.<sup>33</sup>

Kemudian pada tahun akademik 2003/2004 Fakultas Syariah membuka Program Studi Diploma Tiga Perbankan Syariah, dan berdasarkan Keputusan

<sup>31</sup> *Ibid.*,

<sup>32</sup> *Ibid.*,

<sup>33</sup> *Ibid.*,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor DJ.1/284 /2007 tanggal 15 Agustus 2007 Fakultas Syariah membuka Program Studi Ilmu Hukum.<sup>34</sup>

## **B. Letak Geografis dan Demografis**

Fakultas Syariah dan Hukum merupakan fakultas yang berada di lingkungan kampus II Raja Ali Haji UIN Suska Riau. Kampus ini terletak di jalan raya Pekanbaru-Bangkinang Km.15 RT.03 RW.06 Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, letaknya berdekatan dengan perbatasan Kotamadya Pekanbaru dengan Kabupaten Kampardengan jarak tempuh lebih kurang 30 m dari persimpangan pintu gerbang kampus letaknya yang jauh dari pusat kota bisa ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda dua atau angkutan umum seperti oplet, dan bus yang siap mengantarkan mahasiswa sampai ke kampus. Kampus Raja Ali Haji memiliki luas lebih kurang 60 Ha yang terdiri dari bangunan bangunan seperti gedung rektor, pusat komputer, perpustakaan, perkantoran, gedung-gedung perkuliahan, pusat kegiatan mahasiswa, islamic center, kantin, lapangan sepakbola, sarana jalan dan bangunan bangunan baru yang sedang tahap pembangunan.

## **C. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau**

### **1. Visi**

Mewujudkan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam utama dalam bidang hukum dan pranaa sosial secara integral tahun 2020.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>*Ibid.*,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Misi**

- a. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas secara akademik dan profesional dalam bidang hukum dan pranata sosial secara integral.
- b. Melaksanakan penelitian dan kajian ilmiah dalam bidang hukum dan pranata sosial dengan menggunakan paradigma islami.
- c. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dengan menggunakan paradigma islami.
- d. Menyiapkan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Islam di bidang hukum dan pranata sosial.<sup>36</sup>

**3. Tujuan**

- a. Menghasilkan sarjana syariah yang ahli dan profesional dalam bidang hukum dan pranata sosial.
- b. Menghasilkan pemikir dan karya ilmiah hasil penelitian, pengkajian dan pengabdian pada masyarakat yang dapat dijadikan referensi dalam bidang hukum dan pranata sosial.
- c. Menghasilkan kinerja instansi yang efektif untuk menjamin pertumbuhan kualitas pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi yang berkelanjutan.<sup>37</sup>

<sup>35</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, *Panduan dan Informasi Akademik 2014/2015*, (Pekanbaru : UIN Suska Riau, 2014) h. 113

<sup>36</sup>*Ibid.*, hal. 113

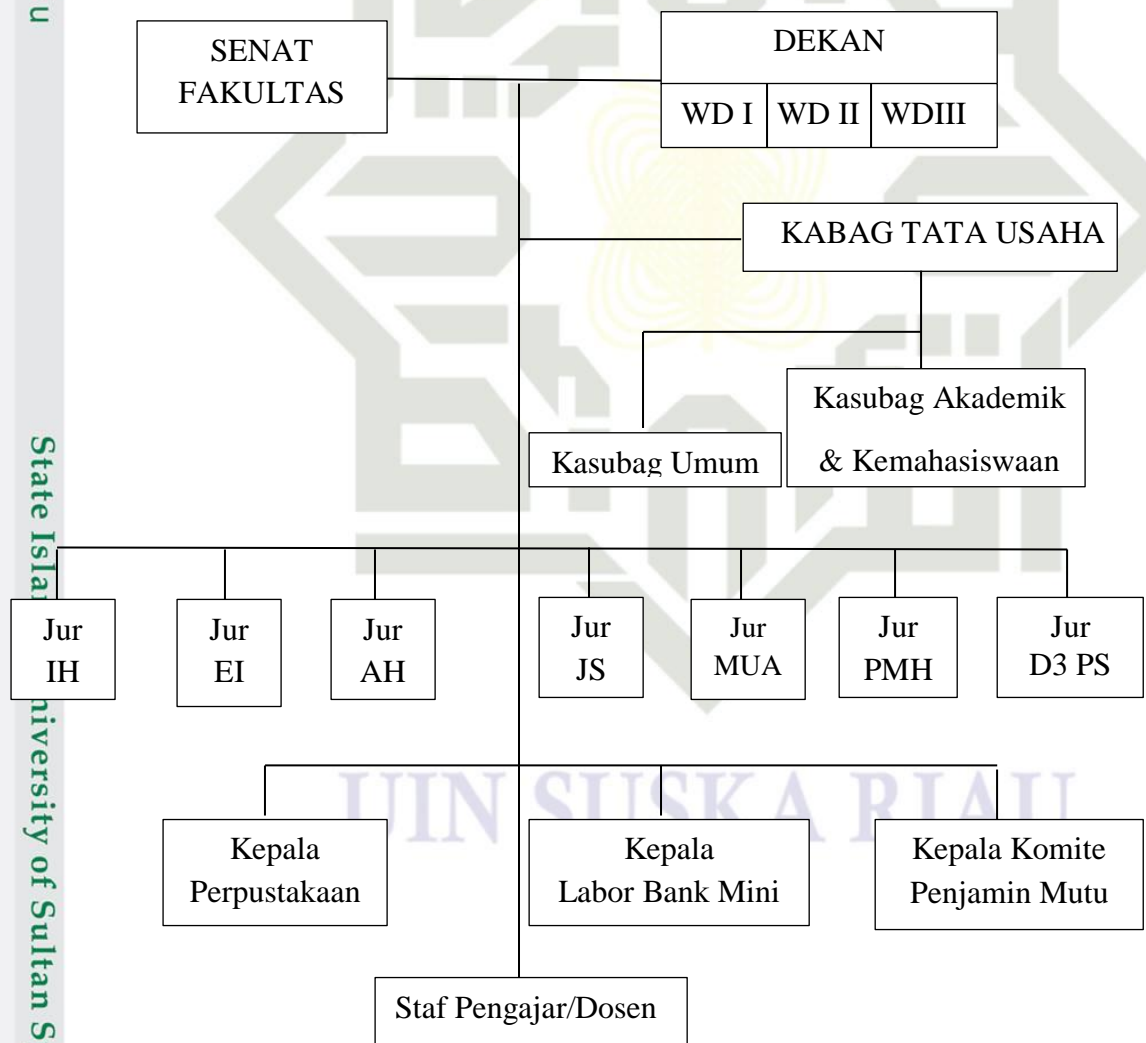
<sup>37</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, “Syariah dan Hukum”, diakses dari <https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/>, pada 25 Maret 2020 pukul 13.41

## D. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Fakultas Syariah dan Hukum adalah salah satu unit pelaksanaan Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang melaksanakan sebagai tugas dari fungsi UIN yang berada dibawah Rektor.

Adapun struktur organisasi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau adalah sebagai berikut :

**GAMBAR 2.1**  
**STRUKTUR ORGANISASI FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU**



Sumber: Fakultas Syariah dan Hukum, 2019

## E. Jurusan Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah merupakan salah satu jurusan yang ada di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, dengan SK 21 Januari 1998. Pejabat penandatanganan SK adalah Direktur Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam. Bulan dan Tahun dimulainya penyelenggaraan program studi pada Juli 2007 Nomor SK perpanjangan izin Dj.i/362/2009 tertanggal 30 Juni 2009, peringkat (nilai) akreditasi pada saat itu adalah C, dan seiring berjalannya waktu peringkat (nilai) tersebut kini sudah berubah menjadi B.

Ekonomi Syariah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan persoalan-persoalan ekonomi dengan cara islami. Yang dimaksudkan dengan cara-cara islami disini adalah cara-cara yang didasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al-Quran dan Sunnah Nabi. Secara singkat Ekonomi Syariah dimaksudkan untuk mempelajari usaha manusia untuk mencapai falah dengan sumber daya yang ada melalui mekanisme pertukaran.

Jurusan Ekonomi Syariah merupakan salah satu dari tujuh jurusan yang ada di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan tujuannya untuk menghasilkan sarjana Ekonomi Syariah yang ahli dalam bidang pengembangan dan penerapan teori Ekonomi Syariah pada perbankan syariah. Dari tahun ke tahun ajaran baru, perkembangan Jurusan Ekonomi Syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat baik pada kuantitas mahasiswa maupun pada tataran teoritis-konseptual (sebagai wacana akademik). Perkembangan ini tentu saja sangat

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menggembirakan, karena merupakan cerminan dari semakin meningkatnya kesadaran umat Islam dalam menjalankan syariat Islam. Dengan demikian, urusan ekonomi syariah harus diberi perhatian yang utuh dan komprehensif untuk konsistensi penerapan dan pengembangan ekonomi syariah dalam tataran sistem kontemporer yang tidak saja dituntut untuk dapat memiliki daya saing yang tinggi, tetapi juga kembali pada *maqashid asy syariah* itu sendiri.

**TABEL 2.1**

**Data jumlah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah dan Hukum angkatan 2014 – 2020**

No	Mahasiswa	Populasi
1	Mahasiswa angkatan 2014	36 orang
2	Mahasiswa angkatan 2015	41 orang
3	Mahasiswa angkatan 2016	56 orang
4	Mahasiswa angkatan 2017	226 orang
5	Mahasiswa angkatan 2018	240 orang
6	Mahasiswa angkatan 2019	141 orang
7	Mahasiswa angkatan 2020	353 orang
	<b>Total</b>	<b>1.093 orang</b>

Sumber: Fakultas Syariah dan Hukum, 2020



## F. Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Pencapaian Jurusan Ekonomi Syariah

### UIN Suska Riau

#### 1. Visi

Mewujudkan program studi Ekonomi Syariah sebagai program studi unggulan dalam melahirkan sarjana yang profesional di bidang ekonomi syariah di dunia pada tahun 2018.<sup>38</sup>

#### 2. Misi

- a. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran dalam rangka melahirkan sumber daya manusia dalam ilmu ekonomi syariah yang berkualitas.
- b. Melaksanakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu ekonomi dan keuangan syariah yang relevan dengan pembangunan nasional
- c. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dalam bidang ekonomi dengan paradigma Syariah.
- d. Menyiapkan sumber daya manusia untuk menunjang Tridharma Perguruan Tinggi.<sup>39</sup>

#### 3. Tujuan

- a. Terlaksananya sistem pendidikan dan pengajaran yang mampu mengintegrasikan ilmu ekonomi dalam paradigma Syariah.
- b. Terlaksananya penelitian dan kajian di bidang ekonomi dan keuangan syariah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.

<sup>38</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, "Jurusan Ekonomi Syariah", di akses dari <https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/jurusan-ekonomi-islam/>, pada 25 Maret 2020 pukul 15.40 WIB

<sup>39</sup> *Ibid.*,

- c. Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat untuk mewujudkan masyarakat yang madani dalam kerangka ekonomi syariah.
- d. Terlaksananya program Tridharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan daya saing prodi Ekonomi Syariah.<sup>40</sup>

#### Sasaran dan Strategi Pencapaiannya

- a. Terwujudnya Sarjana Ekonomi Syariah yang memiliki ilmu pengetahuan tentang ekonomi Syariah, soft skill dan live skill yang memenuhi standar kebutuhan lapangan kerja di bidang lembaga keuangan syariah.
- b. Terwujudnya berbagai karya tulis yang dikembangkan dosen maupun mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.
- c. Terwujudnya masyarakat yang makmur dan sejahtera dengan paradigma ekonomi syariah
- d. Terwujudnya prodi Ekonomi Syariah sebagai *centre of excellence* di kawasan Asia Tenggara.<sup>41</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

<sup>40</sup> *Ibid.,*

<sup>41</sup> *Ibid.,*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Harga

##### 1. Pengertian harga

Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>42</sup>

Menurut tjiptono (2001) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung *utilitas*/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.<sup>43</sup>

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Pembentukan harga merupakan hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam membeli sebuah produk. Harga merupakan aspek pertama yang diperhatikan oleh penjual dalam usahanya untuk memasarkan produknya, sedangkan dari segi pembeli harga merupakan

<sup>42</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Startegi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), Cet. ke-2, h. 109

<sup>43</sup> Rusydi Abubakar, *Manajemen Pemaaran*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 44



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

salah satu aspek yang ikut menentukan pilihan untuk memuaskan kebutuhan.<sup>44</sup>

Harga sering menjadi faktor penentu dalam pembelian, disamping tidak menutup kemungkinan faktor- faktor lain. Menurut Macrae (1996: 131), pembeli baik yang baru maupun lama menggunakan harga sebagai suatu seleksi terhadap citra kualitas suatu merek.<sup>45</sup>

## 2. Persepsi harga

Penilaian yang dirasakan setiap konsumen terhadap suatu barang dan jasa yang mereka terima tidak sama, banyak faktor yang dapat memengaruhinya. Menurut Shichiffman dan Kanuk (2007) persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh.<sup>46</sup>

Lily dan Yurike (2015) mengemukakan bahwa persepsi harga adalah pandangan pelanggan dalam melihat harga dilihat dari tinggi dan rendahnya harga yang mempengaruhi keputusan pembelian<sup>47</sup>. Terdapat 2 (dua) faktor yang memengaruhi persepsi terhadap kewajaran suatu harga. Pertama, persepsi tentang perbedaan harga. Pembeli cenderung melakukan evaluasi terhadap perbedaan harga antara harga yang

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 40

<sup>45</sup> *Ibid*,

<sup>46</sup> Wifky Muharam dan Euis Soliha, *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*, Semarang: Universitas Stikubank Semarang, 2017

<sup>47</sup> Anita Sari, *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Motor Honda Terhadap Minat Beli di Lampung Selatan*. Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2017

ditawarkan terhadap harga dasar yang diketahui. Faktor lain yang memengaruhi persepsi terhadap kewajaran suatu harga adalah referensi harga yaitu dimiliki oleh pelanggan yang didapat dari pengalaman sendiri (harga internal) dan informasi luar iklan dan pengalaman orang lain (referensi harga eksternal).<sup>48</sup>

### 3. Tujuan penetapan harga

Menurut Fandi (2000: 152) secara umum tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut<sup>49</sup>:

- a. Tujuan berorientasi pada laba. Ada dua jenis target laba yang biasa digunakan, yaitu target margin merupakan target laba suatu produk yang dinyatakan sebagai presentase yang mencerminkan rasio laba terhadap penjualan, dan target *return on investment* merupakan target laba suatu produk yang dinyatakan sebagai rasio laba terhadap investasi total yang dilakukan perusahaan dalam, fasilitas produksi, dan aset yang mendukung produk tersebut.
- b. Tujuan berorientasi pada volume penjualana, yang mana harga yang ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan .
- c. Tujuan berorientasi pada citra (*image*). Perusahaan menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius,

<sup>48</sup> Ratlan Pardede dan Tarcicius Yudi Haryadi, *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen*, *Journal of Business & Applied Management Vol. 10 No. 1*, Jakarta Utara: Universitas Bunda Mulia, 2016

<sup>49</sup> Rusydi abubakar, *Op.Cit*, h. 42

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.



sedangkan harga rendah digunakan untuk membentuk nilai citra tertentu.

- d. Tujuan stabilisasi harga. Tujuan ini terbentuk apabila suatu perusahaan menurunkan harganya pada pasar yang konsumennya sensitif terhadap harga, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.
- e. Tujuan- tujuan lainnya, yaitu tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjalan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

#### 4. Prosedur penetapan harga

Prosedur penetapan harga pada dasarnya dapat dikelompokkan dalam salah satu dari tiga orientasi, yaitu orientasi biaya, orientasi permintaan, orientasi persaingan.

- a. Penetapan harga dengan orientasi biaya, yang mana segala biaya turut diperhitungkan termasuk biaya overhead. Penetapan harga ini dapat dilakukan dengan cara:
  - 1) Penetapan harga secara *mark-up* (*mark-up pricing*) yaitu harga jual yang ditetapkan dilakukan dengan cara menambahkan suatu persentase tertentu dari total biaya variabel atau harga beli dari seorang pedagang (*super market*)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

2) Penetapan harga dengan “*cost plus*” ( *cost plus pricing*) yaitu harga jual yang ditetapkan dengan cara menambahkan prosentase tertentu dari total biaya ( *cost of good sold*)

3) Penetapan harga sasaran ( *target pricing*) yaitu harga jual yang ditetapkan dapat memberikan tingkat keuntungan tertentu yang dianggap wajar.<sup>50</sup>

b. Penetapan harga dengan orientasi permintaan yang didasarkan pada persepsi konsumen dan intensitas permintaan yang lebih ditekankan dari faktor biaya, terdapat beberapa jenis strategi harga yang didasarkan pada orientasi permintaan, yaitu:

1) Penetapan harga berdasarkan persepsi atau penilaian konsumen terhadap suatu produk ( *perceived value pricing*).

2) Penetapan harga dengan cara diskriminasi atau diferensiasi harga ( *demand differential pricing*). Diskriminasi atau diferensi harga ini dilakukan dengan mempertimbangkan perbedaan permintaan yang dapat didasarkan pada langganan, produk, tempat dan waktu, sehingga dengan cara ini produk yang sama dapat dijual dengan harga yang berbeda, didasarkan pada kelompok pembeli, produk, tempat, dan waktu<sup>51</sup>.

c. Penetapan harga dengan orientasi persaingan. Penetapan harga ini membutuhkan analisis dan pengkajian tentang harga yang ditetapkan oleh para pesaing, yang mana kemungkinan harga yang ditetapkan

<sup>50</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), Cet. ke-10, h. 228

<sup>51</sup> *Ibid*, 229

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

perusahaan adalah sama, lebih rendah (murah) atau lebih tinggi (mahal) dalam suatu persentase tertentu dari para pesaing<sup>52</sup>.

### 5. Indikator Harga

Indikator harga menurut Djaslim (2010: 172), yaitu<sup>53</sup>:

#### a. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan. Harapan pelanggan dalam melihat harga yaitu:

- 1) Harga yang ditawarkan mampu dijangkau oleh pelanggan secara financial
- 2) Penentuan harga harus sesuai dengan kualitas produk sehingga pelanggan dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian.

#### b. Pertumbuhan harga pesaing

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing atas tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Sedangkan konsumen yang cenderung membeli suatu produk atas evaluasi harga serta nilai produk pembandingan harga sejenis lainnya.

<sup>52</sup> *Ibid*,

<sup>53</sup> Siti Nurma, *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)*, UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, h. 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. kesesuaian harga dengan kualitas produk

Dimana harga atau uang yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan sehingga dapat mempertimbangkan pelanggan dalam melakukan pembelian.

- d. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dihasilkan

Selain dari kesesuaian harga pada kualitas produk konsumen melihat seberapa besar kesesuaian manfaat yang akan dihasilkan dengan harga yang telah dikeluarkan.

## 6. Harga dalam Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-'adl*), termasuk dalam penentuan harga. Secara umum, harga yang adil berarti harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, dimana penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.<sup>54</sup>

Bentuk penentuan harga yang dilarang dalam Islam antara lain menentukan harga yang berlebihan (*predatory pricing*), diskriminasi penentuan harga yang berakibat pada ketidakadilan dan penipuan

<sup>54</sup> Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018), Cet. ke-2, h. 431

dalam menentukan harga. Sabda Rasulullah SAW mengenai ketentuan yang terkait dengan strategi kebijakan harga adalah:

“janganlah kamu menyaingi (secara tidak sehat) penjualan saudaramu sendiri”. (HR. Bukhori dan Muslim)

Rambu –rambu dalam berbisnis yang harus dapat menguntungkan kedua belah pihak telah ditetapkan dalam Al- quran, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nisa'(4): ayat 29, yaitu:

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

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An-Nisa' 4: Ayat 29)

Abuznaid (2012) berpendapat bahwa kebijakan harga dalam Islam harus meliputi:

- Tidak memberikan kesan palsu pada pelanggan atau memperoleh satu informasi harga.
- Melarang mendapatkan sesuatu tanpa kerja keras( *maisir*), atau menerima keuntungan tanpa bekerja
- Merubah harga harus diikuti perubahan kuantitas dan kualitas produk
- Menghindari tindakan menipu pelanggan demi keuntungan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- e. Tidak diskriminasi harga pada semua konsumen.
- f. Dilarang propaganda palsu melalui media.
- g. Memiliki kontrol harga untuk memenuhi kebutuhan pasar atau menghindari kelangkaan sumber daya alam.
- h. Manimbun produk.

**B. Perilaku konsumen**

Konsumen berasal dari bahasa asing (Belanda/Inggris), *consumenten* dan *consumer* yang arti harafiahnya adalah pembeli. Pengertian dari konsumen sangat luas, beragam dan sangat terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk misalnya sebagai pengguna, yang diterjemahkan dari kata *users* dari kata Bahasa Inggris.<sup>55</sup> Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>56</sup>

Konsumsi yaitu penggunaan akhir barang-barang serta jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsumsi juga dapat diartikan sebagai kegiatan untuk memakai atau menghabiskan daya guna suatu barang atau jasa.<sup>57</sup> Ketika konsumen lebih sering menggunakan uangnya untuk memenuhi

<sup>55</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Op. Cit*, h. 24

<sup>56</sup>Abdul R.Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2005) h. 191

<sup>57</sup>Lilis Oktaviani, *Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi ( Studi pada Ibu Rumah Tangga di Kp. Nyatuh Kec. Baros Serang)*, Banten: IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, h. 25

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

keinginannya bukan untuk memenuhi kebutuhannya, maka perilaku seperti ini disebut sebagai perilaku yang konsumtif.

Menurut Sumartono perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (*need*) tetapi sudah kepada faktor keinginan (*want*).<sup>58</sup>

Adapun perilaku konsumen diartikan oleh Schiffman dan Kanuk (2010) adalah sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.<sup>59</sup>

Sedangkan Engel, Blackwell, dan miniard(1995) mengartikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.<sup>60</sup>

Perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai kegiatan- kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang- barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan- kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen tersebut, yaitu

<sup>58</sup> Nurma Yunita, *Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut Etika Ekonomi Islam ( Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Uin Suska Riau)*, Pekanbaru: UIN Suska Riau, h.2

<sup>59</sup>Ujang Sumarwan, *Op. Cit*, h. 4

<sup>60</sup> *Ibid*,

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang- barang dan jasa- jasa ekonomis.<sup>61</sup>

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis dari pembeli.

### 1. Faktor- faktor kebudayaan

#### a. Kebudayaan

Menurut Stanton, kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada.<sup>62</sup> Perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan/ perkembangan zaman dari masyarakat tersebut. Perilaku manusia cenderung untuk menyerap adat kebiasaan kebudayaannya.

#### b. Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya- subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat

<sup>61</sup> Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2018), Cet. ke-5, h. 10

<sup>62</sup> *Ibid*, h. 59

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

jenis : kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.<sup>63</sup>

## c. Kelas sosial

Menurut Ujang Sumarwan, kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilikan harta benda, gaya hidup, dan nilai-nilai yang dianut. Perbedaan-perbedaan tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang atau keluarga.<sup>64</sup>

**2. Faktor-faktor sosial**

Faktor-faktor sosial terdiri dari tiga, yaitu: pertama kelompok referensi seperti teman kuliah, teman kerha, dan tetangga. Kedua adalah keluarga, dan yang ketiga peran dan status. Peranan konsumen dalam pembelian yaitu sebagai pengguna, pembeli, pemberi, yang memengaruhi, dan peran sebagai pengambil keputusan.<sup>65</sup>

**3. Faktor-faktor pribadi**

Faktor pribadi terdiri atas usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.<sup>66</sup>

<sup>63</sup>Nugroho J. Setiadi, *Loc. Cit*,

<sup>64</sup>Ujang Sumarwan, *Op. Cit*, 265

<sup>65</sup>Nana Herdiana Abdurrahman, *Op. Cit*, h. 38

<sup>66</sup>*Ibid*,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

#### 4. Faktor- faktor psikologis

##### a. Motivasi

Motivasi (dorongan ) adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat mendesak untuk mengarahkan seseorang agar dapat mencari pemuasan terhadap kebutuhan itu, dimana pemuasan kebutuhan dapat mengurangi rasa ketegangan.<sup>67</sup> Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen.

##### b. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti didunia ini.<sup>68</sup> Seseorang yang termotivasi siap untuk melakukan perbuatan, bagaimana seseorang yang termotivasi berbuat sesuatu dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapi. Dua orang yang mengalami keadaan dorongan yang sama dan tujuan yang sama mungkin akan berbuat sesuatu yang agak berbeda karena menanggapi situasi secara berbeda.

<sup>67</sup> Rusydi Abubakar, *Op. Cit*, h. 85

<sup>68</sup> Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit*, h. 13

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## c. Proses belajar

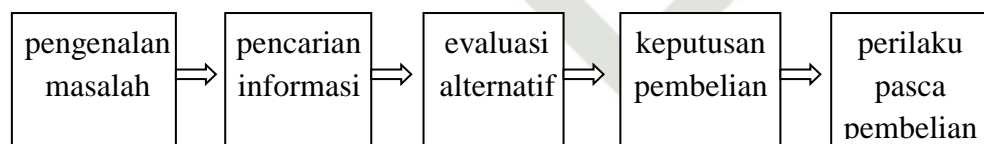
Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.<sup>69</sup>

## d. Kepercayaan dan sikap

Melalui perbuatan dan proses belajar, orang memperoleh kepercayaan dan sikap di mana hal ini selanjutnya mempengaruhi tingkah laku membeli mereka.

**C. Proses pengambilan keputusan pembelian**

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Menurut Kotler (2005) terdapat lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.<sup>70</sup>

**Gambar 3.1****Lima tahap proses pengambilan keputusan**<sup>69</sup> *Ibid*,<sup>70</sup> Rusydi Abubakar, *Op.Cit*, 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 suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipacu oleh rangsangan internal atau eksternal, kemudian rangsangan ini akan menjadi dorongan.<sup>71</sup> Berdasarkan dorongan yang ada pada diri konsumen maka konsumen akan mencari obyek yang diketahui untuk dapat memuaskan dorongan tersebut.

## 2. Pencarian informasi

Peter dan Donnelly dalam Tjiptono(2006) mengelompokkan sumber informasi konsumen ke dalam lima kategori berikut<sup>72</sup>:

- a. Sumber internal, berupa pengalaman sebelumnya dalam menangani kebutuhan serupa.
- b. Sumber kelompok, yaitu pihak- pihak relevan lain ( seperti teman, keluarga, tetangga dan rekan kerja) yang diyakini konsumen memiliki keahlian khusus dalam keputusan pembelian terkait.
- c. Sumber pemasaran, berupa iklan wiraniaga, dealer, kemasan, dan pajangan.
- d. Sumber publik, meliputi publisitas (seperti artikel koran tentang produk) dan penerangan independen terhadap produk (contohnya, laporan hasil riset produk dan warta konsumen).

<sup>71</sup> Agustinus Johannes Djohan, Manajemen & Strategi Pembelian, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), h. 9

<sup>72</sup> Rusydi Abubakar *Loc. Cit*,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

e. Sumber eksperiensial, yaitu menangani, menilai, dan mungkin pula mencoba produk atau jasa sewaktu berbelanja.

**3. Evaluasi alternatif**

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merk kemudian memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Evaluasi alternatif muncul karena banyaknya alternatif pilihan.<sup>73</sup>

Kriteria dari evaluasi adalah atribut atau karakteristik dari produk dan jasa yang digunakan untuk mengevaluasi dan menilai pilihan alternatif. Kriteria evaluasi bisa bermacam-macam tergantung kepada produk atau jasa yang dievaluasi. Engel, Blackwall, dan Miniard (1995) menyebutkan tiga atribut penting yang sering digunakan untuk evaluasi, yaitu harga, merek, dan negara asal atau pembuat produk.<sup>74</sup>

**4. Keputusan pembelian**

Tahap pembelian merupakan tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk niat membeli pada merek produk yang paling disukai. Namun ada dua faktor yang dapat berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian.<sup>75</sup>

Pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan tergantung pada dua

<sup>73</sup> Ujang Sumarwan, *Op. Cit*, h. 367

<sup>74</sup> *Ibid*, h. 368

<sup>75</sup> Rusydi Abubakar, *Op. Cit*, h. 108



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

hal yaitu: intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

Kedua, faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian. Faktor-faktor tersebut diantaranya seperti faktor pendapatan, keluarga, harga, dan keuntungan dari produk tersebut.

### 5. Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli produk maka konsumen akan tingkat kepuasan dan tidak kepuasan. Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk.<sup>76</sup> Jika kinerja tidak memenuhi harapan maka konsumen akan kecewa, jika memenuhi harapan maka konsumen akan puas, jika melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Tindakan pascapembelian yang dilakukan jika konsumen puas, ia mungkin ingin membeli produk itu kembali, dan cenderung akan mengatakan hal-hal yang baik tentang merek kepada orang lain. Sebaliknya, konsumen yang kecewa mungkin akan mengabaikan atau mengembalikan produk, berhenti membeli produk atau memperingatkan teman tentang produk.<sup>77</sup>

<sup>76</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Ahli Bahasa Bob Sabran, ( Jakarta: Erlangga, 2008), Jilid 1, h. 190

<sup>77</sup> *Ibid*

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### D. Perilaku konsemen dalam Islam

Segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia di dunia ini sudah diatur oleh Allah SWT dalam Alquran dan Hadist termasuk perilaku konsumsi. Islam mengajarkan untuk mengatur konsumsi secara baik sehingga terdapat keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran.

Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, yaitu pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah SWT.

Terdapat lima prinsip dasar perilaku konsumen Islami diantaranya<sup>78</sup>:

1. Prinsip syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi di mana terdiri dari:
  - a. prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk dan khalifah yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh Pencipta. Allah SWT berfirman:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيُبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۗ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: "Dan Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di Bumi dan Dia mengangkat (derajat) sebagian

<sup>78</sup>Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2 (Pasar, Perdagangan, Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan, dan Kontribusi)*, (Pekanbaru: Al- Mujtahadah Press, 2014), h.94-96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

*kamu di atas yang lain, untuk mengujimu atas (karunia) yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu sangat cepat memberi hukuman, dan sungguh Dia Maha Pengampun, Maha Penyayang."(QS. Al-An'am ٦: Ayat ١٦٥)*

- b. Prinsip ilmu, yaitu seseorang ketika akan mengonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.
  - c. Prinsip amaliah, sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islami tersebut, seseorang dituntut untuk menjalankan apa yang sudah diketahui, maka dia akan mengonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram dan syubhat.
2. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam, di antaranya:
    - a. Sederhana, yaitu mengonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta, bermewah-mewah, mubazir, namun tidak juga pelit, seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf:31 yang berbunyi:

*يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰتِئَكَم مِّنْ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ*

Artinya: "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan."(QS. Al-A'raf<sup>v</sup>: Ayat ٣١)

- b. Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.

- c. Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.
3. Prinsip prioritas, di mana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu mendahulukan kebutuhan primer sebelum kebutuhan sekunder, dan mendahulukan kebutuhan sekunder sebelum kebutuhan tersier.
4. Prinsip sosial, yaitu memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, diantaranya:
  - a. Kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sehingga Islam mewajibkan zakat bagi yang mampu juga menganjurkan sadaqah, infaq dan wakaf.
  - b. Keteladanan, yaitu memberikan contoh yang baik berkonsumsi baik dalam keluarga atau masyarakat.
  - c. Tidak membahayakan orang yaitu dalam mengkonsumsi tidak merugikan dan memberikan madharat ke orang lain seperti merokok.
5. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan tidak merusak lingkungan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, Islam mengajarkan untuk tidak berlebih- lebihan dalam mengonsumsi sesuatu. Artinya, umat Islam senantiasa memakai sesuatu yang benar- benar menjadi kebutuhan, bukan sekedar menuruti keinginan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah dapat ditunjukkan dalam persamaan melalui regresi sederhana yaitu  $Y = 16.005 + 0.821X$  di mana nilai  $a = 16.005$  yang artinya jika persepsi harga kartu paket data internet bernilai 0 satuan maka perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah akan bernilai 16.005 satuan, dan nilai  $b = 821$  yang artinya jika persepsi harga kartu paket data internet meningkat sebesar satu satuan maka perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah akan meningkat sebesar 0,821 satuan. Besarnya signifikansi nilai uji t untuk variabel persepsi harga kartu paket data internet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa diperoleh sebesar 0.000 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Hal ini membuktikan bahwa persepsi harga kartu paket data internet mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah. Hasil uji determinasi mendapatkan nilai R sebesar 0,401 dan nilai koefisien determinasi sebesar 16,0%. Dapat disimpulkan bahwa persepsi harga kartu paket data internet memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah sebesar



16,0% dan sisanya merupakan merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

2. Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa secara umum sudah sesuai dengan ekonomi Islam, karena dalam mengkonsumsi kebutuhan mahasiswa sudah menerapkan nilai- nilai yang terdapat dalam QS. Al-A'raf ayat 31, bahwa Islam menganjurkan umatnya tidak boros dan berlebih- lebihan atau dapat juga disebut dengan hidup hemat sederhana sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan ekonomi masing- masing.

#### **B. Saran**

Dari hasil penelitian ada beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Disarankan kepada mahasiswa dianjurkan untuk selalu hidup hemat dalam mengkonsumsi, sesuai dengan kebutuhan bukan sesuai keinginan.
2. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperdalam penelitian yang serupa namun pada variabel lainnya yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi Islam seperti kecepatan internet, kualitas jaringan dan kestabilan jaringan. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan lebih bermanfaat bagi mahasiswa ekonomi syariah.

#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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





## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman Misno, Ahmad Rivai, *Metode Penelitian Muamalah Kualitatif and Kuantitatif Approach*, Bogor: Pustaka Amma Alamia, 2017.
- Agustinus Johannes Djohan, *Manajemen & Strategi Pembelian*, Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2 ( Pasar, Perdagangan, Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan, dan Kontribusi)*, Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2014.
- Anita Sari, *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Motor Honda Terhadap Minat Beli di Lampung Selatan*. Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2017
- Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, Cet. ke-5, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2018.
- Budi Prasetyo Prakoso, *Analisis Faktor-Faktor Yang Dipentingkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sim Card Simpati di Era Mobile Apps (Studi Kasus Mahasiswa Strata 1 Institut Pertanian Bogor)*, Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2014.
- Danik, *Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Paket Data Internet*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2017.
- Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Seltan Syarif Kasim Riau, "Sejarah Singkat", diakses pada 05 Maret 2018, dari <https://fasih.uin-suska.ac.id/sejarah-singkat/>.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Wali Pers, 2009.
- Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Iqbal Hasan, *Pokok- Pokok Materi Statistik 1*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Irfan Maulana, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Axis Studi Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*, (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2018.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Juhansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta2012.
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Startegi Pemasaran*, Cet. ke-2, Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasara*, Pekanbaru: Suska Press, 2012.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1, Jakarta: Erlangga.2009.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Ahli Bahasa Bob Sabran, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Ratlan Pardede dan Tarcicius Yudi Haryadi, *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen*, *Journal of Business & Applied Management Vol. 10 No. 1*, Jakarta Utara: Universitas Bunda Mulia, 2016
- Rudydi Abubakar, *Manajemen Pemaaran*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Siagan, *kelebihan dan kekurangan kartu Indosat*, Artikel diakses pada 25 Februari 2020 dari <http://www.carabisnis-pulsa.com/2018/09/kelebihan-dan-kekurangan-kartu-indosat.html?m=1>.
- Siagan, *kelebihan dan kekurangan kartu Telkomsel*, Artikel diakses pada 25 Februari 2020 dari <http://www.carabisnis-pulsa.com/2018/07/kelebihan-dan-kekurangan-kartu-telkomsel.html?m=1>.
- Siagan, *produk tarif paket yellow indosat Ooredoo*, Artikel diakses pada 25 Februari 2020 dari <https://indosatooredoo.com/id/personal/producttariff/yellow>.
- Si Nurma, *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonimi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)*, Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

- Solhan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, Cet. ke-10, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Subyanto, Wahyu, *Paket Super 4G Unlimited Lite Smartfren Rp 50 Ribu Sebula Incar milenial*, Artikel diakses pada 25 Februari 2020, <https://nextren.grid.id/read/011952629/paket-super-4g-unlimited-lite-smartfren-rp-50-ribu-sebulan-incar-milenial>.
- Suliyono, *Metode Penelitian Bisnis*,. Bandung:Alfabeta, 1999.
- Sulianto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, “ Syariah dan Hukum”, diakses pada 25 Maret 2020 dari <https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/>.
- Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, “Jurusan Ekonomi Syariah”, di akses pada 25 Maret 2020 dari <https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/jurusan-ekonomi-islam/>.
- Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, *Panduan dan Informasi Akademik 2014/2015*, Pekanbaru : UIN Suska Riau, 2014.
- Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, Cet. ke-2, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018.
- Wahky Muharam dan Euis Soliha, *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*, Semarang: Universitas Stikubank Semarang, 2017.



## LAMPIRAN

© 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.



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.

**KUISIONER PENELITIAN  
PENGARUH PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET  
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI  
SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**

Kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan. Kerahasiaan Saudara/I dapat saya jamin. Tujuan dari kuisisioner ini adalah untuk pengambilan data penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga Kartu Paket Data Internet Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA RIAU dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Terimakasih saya ucapkan atas kesediaan Saudara/I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini.

Pekanbaru, 20 Desember 2020  
Peneliti

**Sri Novita Sari**

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.

**KUISIONER PENELITIAN  
PENGARUH PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET  
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI  
SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**

**Identitas Responden**

- 1 Nama :
- 2 Jenis Kelamin : A. Laki-Laki B. Perempuan
- 3 Angkatan tahun :
- 4 Pendapatan/ Uang saku /bulan :
- 5 Kartu internet yang sering dibeli (berapa GB) :

**Petunjuk pengisian**

- a. Mohon skala ini diisi dengan menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
- b. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan seluruh pilihan jawabannya.
- c. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama , kemudian berilah tanda silang ( x ) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia disebelah kanannya, sesuai dengan kenyataan yang anda alami dengan jujur
- d. Keterangan Jawaban yaitu :
  - 1) Sangat Setuju (SS)
  - 2) Setuju (ST)
  - 3) Setuju (CT)
  - 4) tidak setuju (TS)
  - 5) Sangat Tidak Setuju (STS)
- e. Mohon semua pertanyaan diisi dengan jujur, benar dan tidak ada yang melewati

**A. Variabel Harga Kartu Paket Data Internet (X)**

N	PERNYATAAN	SS	ST	CT	TS	STS
1	Harga kartu paket internet yang saya gunakan terjangkau					
2	Harga kartu paket internet yang saya gunakan mampu bersaing dengan harga kartu paket internet pesaing					
3	Harga kartu paket internet yang saya gunakan sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

N	PERNYATAAN	SS	ST	CT	TS	STS
4	Harga kartu paket internet yang saya gunakan sesuai dengan kualitas kestabilan dalam koneksi internet.					
5	Harga kartu paket internet yang saya gunakan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					

**B. Variabel Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau (Y)**

N	PERNYATAAN	SS	ST	CT	TS	STS
1	Saya memilih membeli kartu paket internet yang lebih murah dibanding yang mahal jika manfaatnya hampir sama					
2	Pertama kali melihat warna/tampilan produk membuat saya tertarik untuk membeli kartu paket internet					
3	Pertama kali mendengar promosi membuat saya tertarik untuk membeli kartu paket internet.					
4	Penjualan personal yang dilakukan oleh perusahaan kartu paket internet yang saya gunakan membuat saya tertarik untuk membeli kartu paket ini.					
5	Iklan yang ditampilkan kartu paket internet di TV, Koran dan Internet menarik, sehingga saya tertarik untuk melakukan pembelian kartu paket internet ini.					
6	Banyaknya informasi dari mulut ke mulut mengenai kartu paket internet yang saya gunakan membuat saya semakin termotivasi untuk menggunakannya.					

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

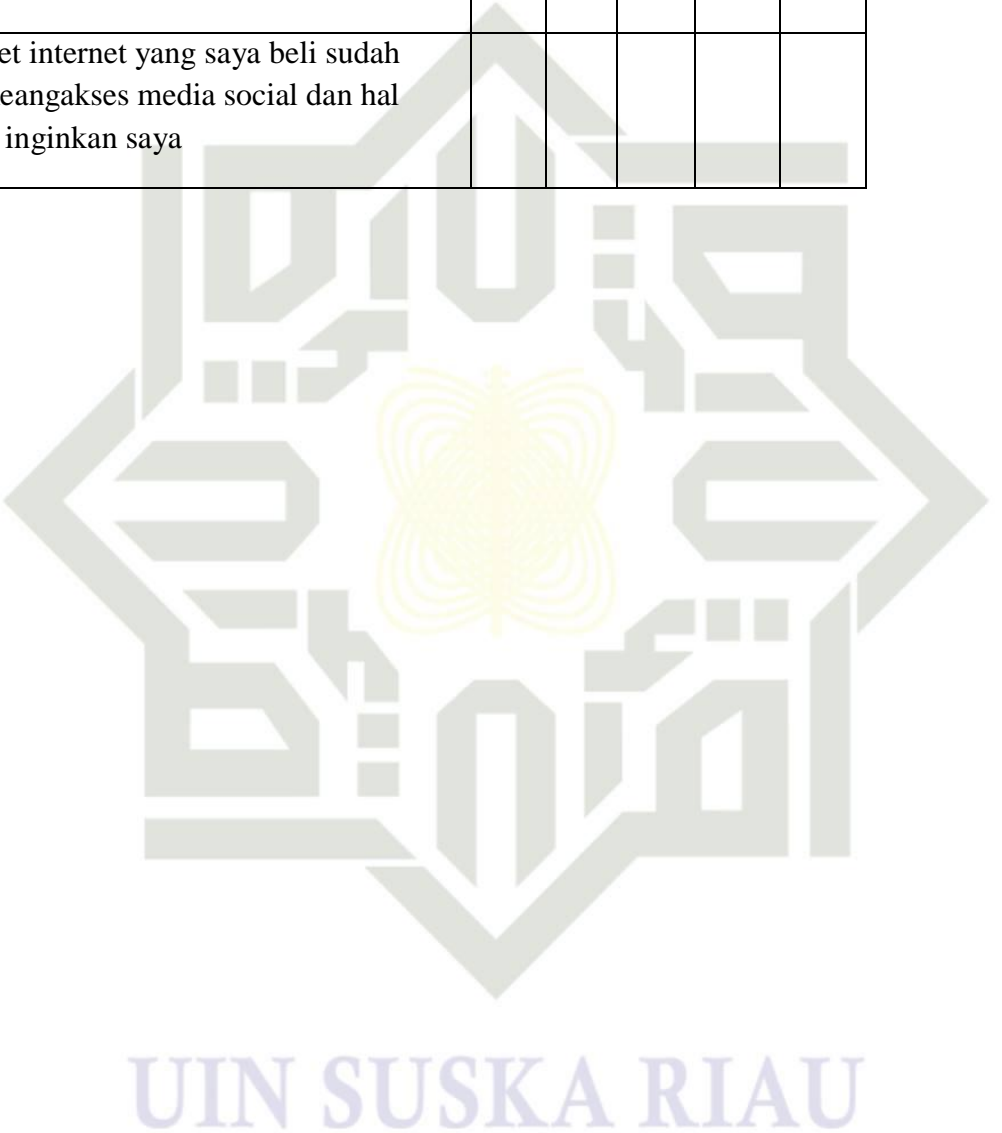
No	PERNYATAAN	SS	ST	CT	TS	STS
7	Kartu paket internet yang saya beli adalah kartu paket internet yang kebanyakan juga dibeli oleh kalangan mahasiswa lain					
8	Kartu paket yang saya beli sudah mendukung kebutuhan sebagai mahasiswa					
9	Kartu paket internet yang saya beli sudah mampu meangakses media social dan hal yang saya inginkan saya					

© 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.





**Data Angket Pengaruh Persepsi Harga Kartu Paket Internet (X)**

**DATA PENELITIAN PERSEPSI HARGA KARTU INTERNET (X)**

NO	RESPONDEN	ITEM					TOTAL
		1	2	3	4	5	
1	Responden 1	4	4	3	3	4	18
2	Responden 2	4	5	3	5	3	20
3	Responden 3	2	3	2	3	2	12
4	Responden 4	4	3	4	3	4	18
5	Responden 5	5	5	5	5	5	25
6	Responden 6	4	3	4	3	4	18
7	Responden 7	3	4	3	4	3	17
8	Responden 8	4	5	4	4	4	21
9	Responden 9	5	5	5	5	5	25
10	Responden 10	4	5	4	5	4	22
11	Responden 11	3	3	3	3	3	15
12	Responden 12	3	4	3	4	3	17
13	Responden 13	4	5	4	5	4	22
14	Responden 14	3	3	3	3	3	15
15	Responden 15	3	4	3	4	3	17
16	Responden 16	3	2	3	2	3	13
17	Responden 17	4	4	4	4	4	20
18	Responden 18	3	3	3	3	3	15
19	Responden 19	3	3	3	3	3	15
20	Responden 20	3	3	3	3	3	15
21	Responden 21	4	4	4	4	4	20
22	Responden 22	3	2	3	2	3	13
23	Responden 23	3	3	3	3	3	15
24	Responden 24	3	3	3	3	3	15
25	Responden 25	3	4	3	4	3	17
26	Responden 26	4	3	4	3	4	18
27	Responden 27	3	4	3	4	3	17
28	Responden 28	3	4	3	4	3	17
29	Responden 29	4	3	4	3	4	18
30	Responden 30	3	2	3	2	3	13
31	Responden 31	3	3	3	3	3	15
32	Responden 32	4	4	4	4	4	20
33	Responden 33	4	4	4	4	4	20
34	Responden 34	3	4	4	4	4	19

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

35	Responden 35	4	3	4	3	4	18
36	Responden 36	2	3	3	3	2	13
37	Responden 37	4	4	4	4	4	20
38	Responden 38	4	3	4	3	4	18
39	Responden 39	3	3	3	3	3	15
40	Responden 40	4	4	4	4	4	20
41	Responden 41	3	4	3	4	3	17
42	Responden 42	3	4	3	4	3	17
43	Responden 43	4	3	3	3	3	16
44	Responden 44	4	2	4	2	4	16
45	Responden 45	4	4	4	4	4	20
46	Responden 46	3	3	3	3	3	15
47	Responden 47	4	3	3	3	4	17
48	Responden 48	3	4	3	4	3	17
49	Responden 49	4	3	4	3	4	18
50	Responden 50	3	2	3	3	3	14
51	Responden 51	3	4	3	4	3	17
52	Responden 52	3	2	3	2	3	13
53	Responden 53	3	2	3	2	3	13
54	Responden 54	3	4	3	4	3	17
55	Responden 55	4	3	4	3	4	18
56	Responden 56	4	3	4	3	4	18
57	Responden 57	3	2	3	2	3	13
58	Responden 58	4	3	4	3	4	18
59	Responden 59	3	2	3	2	3	13
60	Responden 60	3	3	3	3	3	15
61	Responden 61	2	3	2	3	2	12
62	Responden 62	4	3	4	3	4	18
63	Responden 63	5	3	4	3	5	20
64	Responden 64	3	4	3	4	3	17
65	Responden 65	3	2	3	3	3	14
66	Responden 66	3	4	3	4	3	17
67	Responden 67	3	4	3	4	3	17
68	Responden 68	3	3	3	3	3	15
69	Responden 69	3	4	3	4	3	17
70	Responden 70	3	3	3	3	3	15
71	Responden 71	3	3	4	3	4	17
72	Responden 72	4	3	4	3	4	18
73	Responden 73	4	3	4	3	4	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

74	Responden 74	4	3	4	3	4	18
75	Responden 75	3	2	3	2	3	13
76	Responden 76	4	3	4	3	4	18
77	Responden 77	4	3	4	3	4	18
78	Responden 78	5	3	5	3	5	21
79	Responden 79	2	2	2	2	2	10
80	Responden 80	3	4	3	4	3	17
81	Responden 81	3	2	3	2	3	13
82	Responden 82	3	2	3	2	3	13
83	Responden 83	3	3	3	3	3	15
84	Responden 84	2	3	2	3	2	12
85	Responden 85	3	4	3	3	3	16
86	Responden 86	4	4	4	4	4	20

	<b>Rata-rata</b>	<b>3,41</b>	<b>3,29</b>	<b>3,38</b>	<b>3,28</b>	<b>3,41</b>	<b>16,77</b>
<b>1</b>	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	
	%	0	0	0	0	0	
<b>2</b>	Tidak Setuju	5	14	4	12	5	
	%	5,81	16,28	4,65	13,95	5,81	
<b>3</b>		45	39	48	43	45	
	%	52,33	45,35	55,81	50,00	52,33	
<b>4</b>	Setuju	32	27	31	26	32	
	%	37,21	31,40	36,05	30,23	37,21	
<b>5</b>	Sangat Setuju	4	6	3	5	4	
	%	4,65	6,98	3,49	5,81	4,65	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Data Angket Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah (Y)**

RESPONDEN	ITEM									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Responden 1	4	5	3	3	3	3	5	4	4	34
Responden 2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
Responden 3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
Responden 4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Responden 5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
Responden 6	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
Responden 7	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
Responden 8	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
Responden 9	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
Responden 10	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
Responden 11	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
Responden 12	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
Responden 13	3	2	3	4	3	2	4	4	3	28
Responden 14	4	3	3	4	4	3	4	4	3	32
Responden 15	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
Responden 16	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
Responden 17	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
Responden 18	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
Responden 19	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
Responden 20	1	4	1	1	2	4	3	1	2	19
Responden 21	5	4	5	3	5	4	5	3	5	39
Responden 22	2	4	2	3	2	4	2	3	2	24
Responden 23	2	4	2	3	2	4	3	3	2	25
Responden 24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Responden 25	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
Responden 26	3	4	3	2	3	4	3	2	3	27
Responden 27	1	4	3	3	1	4	3	3	3	25
Responden 28	4	2	4	4	4	2	4	4	4	32
Responden 29	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25
Responden 30	3	2	3	2	3	2	2	3	3	23
Responden 31	2	3	2	2	2	3	2	2	2	20
Responden 32	3	4	3	4	3	4	2	4	3	30
Responden 33	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
Responden 34	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
Responden 35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

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

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Ditulis oleh: **Staf 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.

36	Responden 36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
37	Responden 37	4	3	4	2	4	3	4	2	4	30
38	Responden 38	3	4	3	2	3	4	3	2	3	27
39	Responden 39	3	4	3	2	3	4	3	2	3	27
40	Responden 40	4	5	4	4	4	4	3	4	4	36
41	Responden 41	3	5	3	3	3	5	3	3	3	31
42	Responden 42	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
43	Responden 43	1	3	2	3	2	3	3	3	3	23
44	Responden 44	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
45	Responden 45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	Responden 46	3	5	3	4	3	5	3	4	3	33
47	Responden 47	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25
48	Responden 48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
49	Responden 49	2	3	2	3	2	3	3	3	2	23
50	Responden 50	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
51	Responden 51	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
52	Responden 52	4	2	4	3	4	2	2	3	4	28
53	Responden 53	5	4	5	4	5	4	3	4	5	39
54	Responden 54	1	4	1	1	1	4	5	1	2	20
55	Responden 55	3	5	3	3	3	5	3	3	3	31
56	Responden 56	2	3	2	3	2	4	3	3	2	24
57	Responden 57	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
58	Responden 58	1	3	1	3	1	3	1	3	1	17
59	Responden 59	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
60	Responden 60	2	3	2	3	2	3	3	3	2	23
61	Responden 61	3	3	3	2	3	3	3	2	3	25
62	Responden 62	2	3	2	2	2	3	3	2	2	21
63	Responden 63	5	3	5	4	5	3	5	4	5	39
64	Responden 64	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
65	Responden 65	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
66	Responden 66	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
67	Responden 67	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
68	Responden 68	2	1	2	3	2	1	2	3	2	18
69	Responden 69	3	3	2	3	3	3	2	3	2	24
70	Responden 70	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
71	Responden 71	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
72	Responden 72	5	4	5	3	5	4	5	3	5	39
73	Responden 73	3	3	3	4	3	3	5	4	3	31
74	Responden 74	3	4	3	3	3	4	5	3	3	31



© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

75	Responden 75	2	3	2	3	2	3	2	3	2	22
76	Responden 76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
77	Responden 77	3	4	3	4	3	4	4	4	3	32
78	Responden 78	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
79	Responden 79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
80	Responden 80	4	5	4	4	4	5	3	4	4	37
81	Responden 81	1	3	1	4	1	3	3	4	1	21
82	Responden 82	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25
83	Responden 83	3	5	3	3	3	5	3	3	3	31
84	Responden 84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
85	Responden 85	5	5	5	3	5	5	3	3	5	39
86	Responden 86	5	5	5	3	4	5	3	3	5	38

Rata-rata	3,21	3,55	3,21	3,23	3,21	3,52	3,35	3,26	3,24
Sangat Tidak Setuju	6	1	4	2	4	1	1	2	2
%	6,98	1,16	4,65	2,33	4,65	1,16	1,16	2,33	2,33
Tidak Setuju	9	8	11	9	11	7	8	7	12
%	10,47	9,30	12,79	10,47	12,79	8,14	9,30	8,14	13,95
	41	32	43	45	41	33	48	47	43
%	47,67	37,21	50,00	52,33	47,67	38,37	55,81	54,65	50,00
Setuju	21	33	19	27	21	36	18	27	21
%	24,42	38,37	22,09	31,40	24,42	41,86	20,93	31,40	24,42
Sangat Setuju	9	12	9	3	8	9	11	3	8
%	10,47	13,95	10,47	3,49	9,30	10,47	12,79	3,49	9,30

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**UJI VALIDITAS VARIABEL X**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	13.36	5.410	.729	.805
VAR00002	13.48	5.264	.585	.847
VAR00003	13.38	5.557	.733	.807
VAR00004	13.49	5.429	.587	.843
VAR00005	13.36	5.410	.729	.805

**UJI VALIDITAS VARIABEL Y**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	26.5698	24.601	.857	.863
VAR00002	26.2326	29.310	.423	.899
VAR00003	26.5698	24.907	.862	.872
VAR00004	26.5465	29.051	.539	.890
VAR00005	26.5698	25.189	.851	.864
VAR00006	26.2558	29.981	.381	.901
VAR00007	26.4302	28.272	.561	.888
VAR00008	26.5233	29.288	.529	.890
VAR00009	26.5349	25.663	.852	.865

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

### UJI RELIABILITAS VARIABEL X

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	5

### UJI RELIABILITAS VARIABEL Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	9



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**UJI NORMALITAS**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.35437704
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.055
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**UJI AUTOKORELASI**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.401 <sup>a</sup>	.161	.151	5.386	2.042

- a. Predictors: (Constant), X
- b. Dependent Variable: Y

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

### UJI HETEROSKEDASTISITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.031	1.970		1.538	.128
	X	.081	.116	.076	.695	.489

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### UJI REGERESI LINIER SEDERHANA

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.005	3.479		4.601	.000
	PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET	.821	.205	.401	4.016	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH

## UJI DETERMINASI DAN KOEFISIEN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.401 <sup>a</sup>	.161	.151	5.386

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## UJI REGRESI PARSIAL

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.005	3.479		4.601	.000
	PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET	.821	.205	.401	4.016	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH

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

## PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **PENGARUH PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**, yang ditulis oleh:

Nama : SRI NOVITA SARI  
NIM : 11425200402  
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 11 Agustus 2021  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Zulkifli, M.Ag**

Sekretaris  
**Ade Fariz Fakhrollah, M.Ag**

Penguji I  
**Drs. Arifuddin, M.Ag**

Penguji II  
**Dr. Amrul Muzan, MA**

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

**Jalinus, S.Ag.**  
NIP. 19750801 200701 1 023

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



# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

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

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

www. Jurnalhukumislam.com email. [admin@jurnalhukumislam.com](mailto:admin@jurnalhukumislam.com)

Hp. 081275158167 - 085213573669

## SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : SRI NOVITA SARI  
**NIM** : 11425200402  
**Jurusan** : EKONOMI SYARIAH  
**Judul** : PENGARUH PERSEPSI HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

**Pembimbing** : Darnilawati, SE., M.Si

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

Pekanbaru, 12 Agustus 2021

Pimpinan Redaksi,



**Dr. M. Alpi Syahrin, S.H., M.H., CPL**  
 NIP. 198804302019031010

Cipta D Lindungi Undang-Undang

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



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

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. 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

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

Un.04/F.I/PP.00.9/5372/2021

Pekanbaru,08 Juli 2021

Biasa  
 (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 Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama	:SRI NOVITA SARI
NIM	:11425200402
Jurusan	:Ekonomi Syariah S1
Semester	:XIV (Empat Belas)
Lokasi	:Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :PENGARUH DISPARITAS HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.

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

Demikian disampaikan, terima kasih.



a.n. Rektor  
 Dekan

Dr. Zulkifli, M.Ag  
 NIP. 19741006 200501 1 005

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Tembusan  
 Rektor UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISSET/42656  
TENTANG



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

1.04.02.01

Dipada 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 : 01/P/PP.009/5372/2021 Tanggal 8 Juli 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama              | : | <b>SRI NOVITA SARI</b>  |
| 2. NIM / KTP         | : | 11425200402   |
| 3. Program Studi     | : | EKONOMI SYARIAH   |
| 4. Jenjang           | : | S1  |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>PENGARUH DISPARITAS HARGA KARTU PAKET DATA INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : | FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

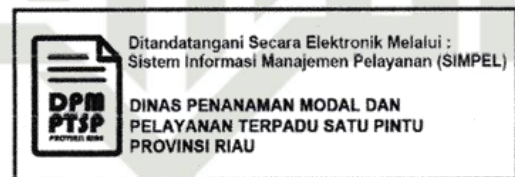
1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

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

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 16 Juli 2021



**UIN SUSKA RIAU**

Disampaikan kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru
- Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang bersangkutan

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

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



*Assalamualaikum Wr. Wb*



## BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama **Sri Novita Sari** yang lahir pada tanggal 11 November 1996 di Ranah, Kab. Kampar, Provinsi Riau. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari ayah yang bernama Imam Syafei dan Ibu bernama Lisna Dewita.

Adapun riwayat pendidikan formal yang telah penulis tempuh adalah sebagai berikut, tamat Pendidikan Sekolah Dasar pada SDN 004 Ranah Kabupaten Kampar tahun 2008. Tamat Pendidikan Sekolah Menengah Pertama pada MTSN Ranah Kabupaten Kampar tahun 2011. Tamat Pendidikan Sekolah Menengah Atas pada SMAN 1 Kampar Utara Kabupaten Kampar tahun 2014. Melanjutkan Pendidikan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2014. Pada tanggal 09 Agustus 2021 penulis berhasil mendapat gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada sidang Munaqasah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

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.