



UIN SUSKA RIAU

**ANALISIS VARIASI PRODUK DAN *SELLING SKILL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BINGKAI
FOTO PADA TOKO TERMINAL
FOTO SUPPLY PEKANBARU**

SKRIPSI

OLEH :

MUHAMMAD IFNUDIN

11671102168



UIN SUSKA RIAU

JURUSAN MANAJEMEN KONSENTRASI PEMASARAN

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



UIN SUSKA RIAU

**ANALISIS VARIASI PRODUK DAN *SELLING SKILL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BINGKAI
FOTO PADA TOKO TERMINAL
FOTO SUPPLY PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH :

MUHAMMAD IFNUDIN

11671102168



UIN SUSKA RIAU

JURUSAN MANAJEMEN KONSENTRASI PEMASARAN

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021

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.



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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD IFNUDIN
 NIM : 11671102168
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : XI (SEBELAS)
 JUDUL : ANALISIS VARIASI PRODUK DAN *SELLING SKILL* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BINGKAI FOTO PADA TOKO TERMINAL FOTO SUPPLY PEKANBARU
 HARI/TANGGAL UJIAN : KAMIS, 14 OKTOBER 2021

DISETUJUI OLEH
 PEMBIMBING

RIKI HANRI MALAU, SE, MM
 NIP. 19710124 200701 1 020



DR. MAHYARNI, SE, MM
 NIP. 19700826 199903 2 001

KETUA PROGRAM STUDI
 S1 MANAJEMEN

ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
 NIP.19720513 200701 2 018



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD IFNUDIN
 NIM : 11671102168
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN
 SEMESTER : XI (SEBELAS)
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 JUDUL : ANALISIS VARIASI PRODUK DAN SELLING SKILL
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BINGKAI FOTO
 PADA TOKO TERMINAL FOTO SUPPLY PEKANBARU
 TANGGAL UJIAN : 14 OKTOBER 2021

PANITIA PENGUJI

KETUA

Dr. JULINA, SE, M.Si
 NIP. 1973 0722 1999 03 200

ANGGOTA

PENGUJI I

FERIZAL RACHMAD, SE.,MM
 19750216 201411 1 001

PENGUJI II

NURRAHMI HAYANI, SE.,MBA
 19830324 2015 03 2003



2. Dilarang mengemukakan dan memperbarik sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- 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.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ifnudin

NIM : 11671102168

Tempat/ Tgl. Lahir : Sukajadi, 24 September 1997

Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi Dan Ilmu Sosial

Prodi : Manajemen S1

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

**“ANALISIS VARIASI PRODUK DAN SELLING SKILL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BINGKAI FOTO PADA
TOKO TERMINAL FOTO SUPPLY PEKANBARU”**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

- Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
- Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
- Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
- Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 25 November 2021

Yang membuat pernyataan



MUHAMMAD IFNUDIN

NIM : 11671102168

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

ABSTRAK

ANALISIS VARIASI PRODUK DAN SELLING SKILL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BINGKAI FOTO PADA TOKO TERMINAL FOTO SUPPLY PEKANBARU

Oleh:

MUHAMMAD IFNUDIN
NIM. 11671102168

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variasi produk dan selling skill terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling. Dengan analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 23. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru. Selling skill berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru. Secara simultan variabel variasi produk dan selling skill berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru. Besar pengaruh yang diberikan variabel variasi produk dan selling skill terhadap keputusan pembelian sebesar 67,6%, sementara sisanya 32,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Variasi Produk, Selling Skill dan Keputusan Pembelian

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan memasukkannya ke dalam buku, artikel, atau media elektronik tanpa izin dari institusi yang bersangkutan.
 2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRODUCT VARIATION AND SELLING SKILL ON BUYING DECISION OF PHOTO FRAMES IN STORE PEKANBARU SUPPLY PHOTO TERMINAL

By:

MUHAMMAD IFNUDIN
NIM. 11671102168

The purpose of this study was to determine the effect of product variations and selling skills on the Buying Decision of photo frames at the photo supply terminal shop in Pekanbaru. Respondents in this study amounted to 100 people using purposive sampling technique. The data analysis in this research is quantitative using multiple linear regression method and the data is analyzed using SPSS version 23 program. Selling skills affect the Buying Decision of photo frames at the photo supply terminal shop in Pekanbaru. Simultaneously, product variation and selling skill variables have a significant effect on the Buying Decision of photo frames at the photo supply terminal shop in Pekanbaru. The magnitude of the influence given by the product variation and selling skill variables on Buying Decision is 67,6%, while the remaining 32,4% is influenced by other variables that are not used in this study.

Keywords : Product Variations, Selling Skill and Buying Decision

KATA PENGANTAR



Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW yang menjadi panutan dan teladan bagi umat manusia didunia.

Penulis skripsi ini guna melengkapi tugas akhir program studi S1 Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Adapun judul skripsi

ini adalah : **“Analisis variasi produk Dan selling Skill Terhadap keputusan Pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru”**. penulis

menyadari penulisan skripsi ini masih belum sempurna kekurangan maupun kekhilafan sehingga penulis menerima bentuk kritik dan saran yang sifatnya konstruktif.

Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya, ayahanda misri dan Ibunda poniah yang selalu memberikan dukungan moral, spiritual kepada saya.
2. Bapak Dr.Khairunnas,M.Ag Rektor Universitas Islam Negeri 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.

3. Ibu Dr. Drs. H. Mahyarni, SE..MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos,M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr.Mamuzar,M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Julina,SE,M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
7. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku ketua Jurusan SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
8. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku sekretaris Jurusan SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Riki hanri malau, SE,MM selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan nasehat yang sangat berharga kepada penulis.
10. Terima kasih kepada pihak Toko terminal foto supply pekanbaru yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
11. Buat seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen A'16, Pemasaran B, dan Tim KKN Desa Pangkalan Jambi,Kec.bukit batu,Kab bengkalis.

12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih untuk segala dukungan, kebaikan dan bantuan semuanya kepada penulis.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh ALLAH SWT.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Skripsi ini.

Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari Skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 27 Februari 2021
Penulis,

MUHAMMAD IFNUDIN
NIM: 116711102168

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Rencana Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Manajemen Pemasaran	11
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.2.2 Proses-Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	12
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian	14
2.2.4 Tipe-tipe Keputusan Pembelian	16
2.2.5 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.3. Produk	18
2.3.1. Pengertian Produk	18
2.3.2 Variasi Produk	19
2.3.3 Dimensi Variasi Produk	20
2.3.4 Indikator Variasi Produk	22
2.4 <i>Selling Skill</i>	23
2.4.1 Pengertian Menjual	23
2.4.2 <i>Selling Skill</i>	24
2.4.3 Model Penjualan	27

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.4.4 Indikator <i>Selling Skill</i>	28
2.5. Pandangan Islam	28
2.5.1 Pandangan Islam tentang Variasi Produk	28
2.5.2 Pandangan Islam tentang <i>Selling Skill</i>	29
2.6 Penelitian Terdahulu	30
2.7 Variabel Penelitian	32
2.8 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	32
2.9 Kerangka Pemikiran	33
2.10 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian	36
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Populasi Dan Sampel	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1 Kuisisioner (Angket)	39
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Teknik Skala Pengukuran	40
3.6.2 Analisis Deskriptif	40
3.6.3 Analisis Kuantitatif	40
3.7 Uji Kualitas Data	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Uji Reliabilitas	41
3.7.3. Uji Normalitas Data	71
3.8. Uji Asumsi Klasik	42
3.8.1. Uji Multikolinieritas	42
3.8.2 Uji Heterokedastisitas	43
3.9. Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.10. Uji Hipotesis	44
3.10.1. Uji Parsial (Uji T)	44
3.10.2. Uji Simultan (Uji F)	44

3.10.3. Uji Korelasi (R)	44
3.10.4. Uji Koefisien Determinan (R^2)	45

BAB IV GAMBARAN UMUM TERMINAL PHOTO SUPPLY

4.1 Sejarah Usaha Terminal Photo Supply	46
4.2 Visi dan Misi	47
4.3 Struktur Organisasi	48

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	53
5.1.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	53
5.1.2 Responden Berdasarkan Usia	53
5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	55
5.2.1 Keputusan Pembelian (Y)	55
5.2.2 Variasi Produk (X1)	56
5.2.3 <i>Selling Skill</i> (X2)	58
5.3 Uji Kualitas Data	59
5.3.1 Uji Validitas	59
5.3.2. Uji Realibilitas	61
5.4 Uji Normalitas	62
5.5 Uji Asumsi Klasik	63
5.5.1 Uji Multikolonieritas	64
5.5.2 Uji Autokorelasi	65
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas	66
5.6 Analisis Data Penelitian	66
5.6.1 Analisis Persamaan Regresi Liner Berganda	66
5.6.2 Uji Parsial (Uji T)	68
5.6.3 Uji Simultan (Uji F)	69
5.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	70
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian	72

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan lainnya yang sejenis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

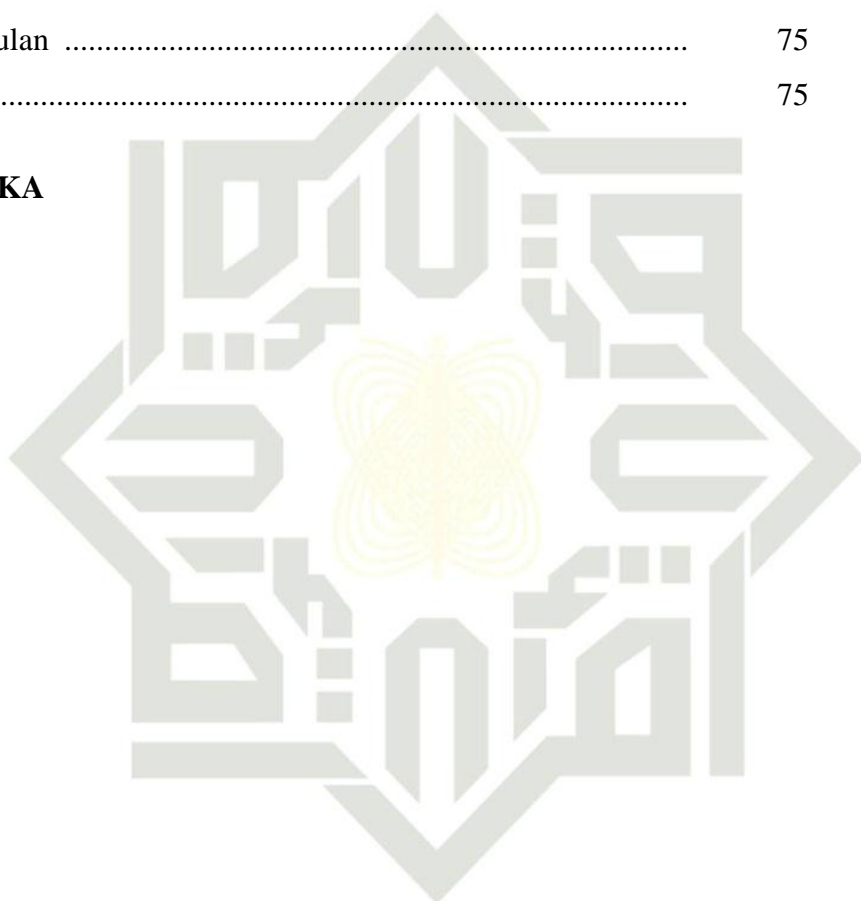
5.7.1 Pengaruh Variasi Produk dan <i>Selling Skill</i> Terhadap Keputusan Pembelian	72
5.7.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	72
5.7.3 Pengaruh <i>Selling Skill</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

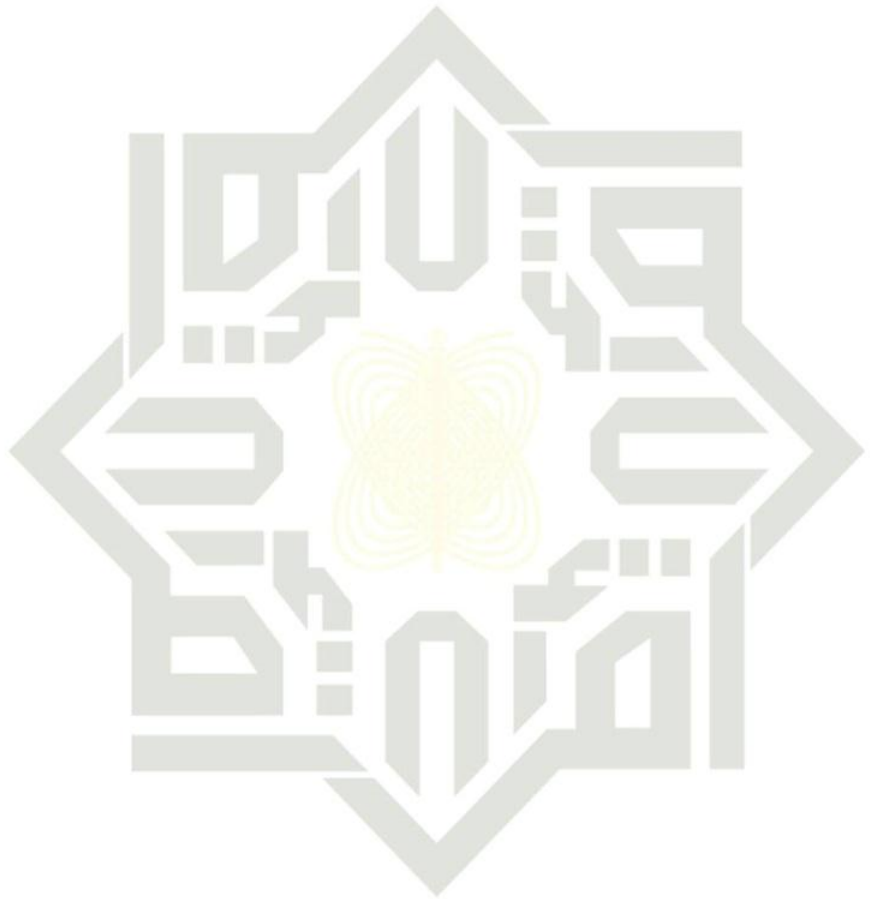
Tabel 1	Data Variasi Produk	2
Tabel 1	Data Penjualan	5
Tabel 2	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2	Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 3	Kriteria Pengujian	45
Tabel 5	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 5	Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variawsi Produk (X1)	57
Tabel 5	Rekapitulasi Tanggapan Responden <i>Selling Skill</i> (X2)	58
Tabel 5	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 5	Uji Validitas Variasi Produk (X1)	60
Tabel 5	Uji Validitas <i>Selling Skill</i> (X2)	61
Tabel 5	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	62
Tabel 5	Rekapitulasi Uji Multikolinearitas	64
Tabel 5	Rekapitulasi Uji Autokorelasi	65
Tabel 5	Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 5	Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda	67
Tabel 5	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	68
Tabel 5	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	70
Tabel 5	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	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 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	12
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Terminal Photo Suplly	49
Gambar 5.1	Uji Normalitas	63



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Fotografi pada saat sekarang ini menjadi salah satu bidang yang mulai diminati untuk dijadikan sebuah usaha dibidang jasa. Saat ini konsep foto bisa menjadi peluang bisnis yang bagus untuk masyarakat dengan membuka jasa studio foto yang dapat melayani pelanggan dengan berbagai konsep. Tidak hanya foto dokumentasi, namun juga cetak foto, penyediaan bingkai foto serta atribut fotografi lainnya. Bingkai Foto atau disebut juga dengan pigura adalah tepi dekorasi yang dibuat untuk memasang, melindungi, dan memajang sebuah gambar, foto atau lukisan, bingkai foto biasanya dipasang didinding, atau didirikan di atas meja.

Persaingan bisnis kini memang sudah menjadi hal yang tidak dapat dihindari, maka wirausahawan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan yang akan memberikan pengaruh cukup besar terhadap kelangsungan hidup suatu usaha. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen serta mampu untuk bersaing dengan para pesaing lainnya.

Strategi dalam bersaing yang tepat merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, setiap bisnis harus dituntut untuk menentukan strategi-strategi yang tepat, aktif, dan rasional untuk

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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
- © Mak Cipta milk UIN Suska Riau
- Sate 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.

mencapai tujuan perusahaan, mengimplementasikan misinya yang unggul dalam menghadapi persaingan kompetitif dibandingkan dengan strategi-strategi pesaingnya.

Seperti halnya Terminal Photo Supply Pekanbaru adalah sebuah industri yang bergerak dibidang pelayanan jasa fotografi dan penyediaan bingkai foto yang ada di kota Pekanbaru yakni lebih tepatnya di pusat perbelanjaan Metropolitan City (MTC) Giant, Panam Pekanbaru, dimana pelanggannya memiliki kebutuhan jangka panjang. Pada Terminal Photo Supply Pekanbaru ini terdapat beberapa jenis variasi produk.

Produk bingkai foto yang ada di toko Termnal Foto Supply adalah murni buatan dari toko itu sendiri yang tersedia dalam berbagai ukuran. Toko Terminal Foto Supply hanya memesan bahan baku dalam pembuatan bingkai seperti kayu dan kaca kemudian memotongnya dalam berbagai ukuran untuk kemudian dirangkai/dirakit menjadi sebuah bingkai. Adapun data variasi produk pada Terminal Photo Supply Pekanbaru adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Variasi Produk

No	Jenis/Type Produk	Harga/pcs
1	Cetak Foto	
	- 2R	Rp. 2.000,-
	- 3R	Rp. 2.500,-
	- 4R	Rp. 3.000,-
	- 5R	Rp. 8.000,-
	- 10R	Rp. 12.000,-
	- 10Rs	Rp. 17.000,-
	- 14R	Rp. 50.000,-
	- 16R	Rp. 60.000,-
	- 18R	Rp. 80.000,-
	- 20R	Rp. 120.000,-
	- 20Rs	Rp.130.000,-



- 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.

No	Jenis/Type Produk	Harga/pcs
1	- 24R	Rp. 150.000,-
	- 24Rs	Rp. 180.000,-
	- 32R	Rp.250.000,-
	- 36R	Rp. 300.000,-
2	Canvas	
	- 10R	Rp. 22.000,-
	- 10Rs	Rp. 27.000,-
	- 14R	Rp. 75.000,-
	- 16R	Rp. 85.000,-
	- 18R	Rp. 100.000,-
	- 20R	Rp. 150.000,-
	- 20Rs	Rp. 160.000,-
	- 24R	Rp. 190.000,-
	- 24Rs	Rp. 230.000,-
	- 32R	Rp. 290.000,-
- 36R	Rp. 380.000,-	
3	Singel	
	- 4R	Rp. 17.000,-
	- 10R	Rp. 25.000,-
	- 10Rs	Rp. 35.000,-
	- 14R	Rp. 60.000,-
	- 16R	Rp. 70.000,-
	- 18R	Rp. 100.000,-
	- 20R	Rp. 140.000,-
	- 20Rs	Rp. 170.000,-
	- 24R	Rp. 250.000,-
	- 24Rs	Rp. 300.000,-
- 32R	Rp. 350.000,-	
- 36R	Rp. 400.000,-	
4	Bingkai Linen	
	- 10R	Rp. 35.000,-
	- 10Rs	Rp. 45.000,-
	- 14R	Rp. 80.000,-
	- 16R	Rp. 90.000,-
	- 18R	Rp. 120.000,-
	- 20R	Rp. 160.000,-
	- 20Rs	Rp. 200.000,-
	- 24R	Rp. 330.000,-
	- 24Rs	Rp. 375.000,-
	- 32R	Rp. 430.000,-
- 36R	Rp. 500.000,-	

Sumber : Handi Candra, Owner Toko Terminal Foto Supply



- © 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.

Dari tabel diatas, terdapat 4 jenis/type produk yang ditawarkan oleh Toko Terminal Foto Supply Kota Pekanbaru. Empat jenis produk ini harganya bervariasi berdasarkan ukurannya. Hal tersebut dibedakan agar konsumen lebih mudah dalam memilih variasi produk bingkai foto dengan jenis/type dan ukuran sesuai dengan apa yang diinginkan. Dengan pilihan yang lebih beragam, hal ini akan dapat memengaruhi minat konsumen dalam membeli produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, baik dalam segi bahan, ukuran maupun harga, sehingga dengan memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, akan dapat mempengaruhi minat beli dari konsumen tersebut, sehingga keputusan pembelian dari konsumen akan dapat meningkat pula jika toko dapat memberikan produk dengan variasi yang beragam sehingga konsumen dapat memilih yang sesuai dengan yang mereka inginkan dalam melakukan pembelian.

Selain dari variasi produk bingkai foto itu sendiri yang beragam, pendistribusian produk yang dilakukan oleh Toko Terminal Foto Supply ini sendiri juga dilakukan dengan sistem pendistribusian dari produsen ke konsumen langsung dan dari produsen ke perantara lalu ke konsumen akhir. Pendistribusian produk dari Toko Terminal Foto Supply ini dapat mengirim bingkai foto di dalam Kota Pekanbaru, maupun luar Kota Pekanbaru, seperti Kota Bangkinang, Bengkalis, Duri, Dumai, Siak, Kerinci, dan lain sebagainya.

Lalu, adapun data penjualan produk pada Toko Terminal Foto Supply dari tahun 2015 s/d 2019 adalah sebagai berikut:



Tabel 1.2
Data Penjualan

Tahun	Total Penjualan (Rp)
2015	Rp. 363.235.000,-
2016	Rp. 375.445.000,-
2017	Rp. 389.577.000,-
2018	Rp. 377.255.000,-
2019	Rp. 370.115.000,-
2020	Rp. 150.764.000,-

Sumber : Handi Candra, Owner Toko Terminal Foto Supply

Dilihat dari tabel Data Penjualan diatas, terdapat peningkatan dan penurunan Penjualan dari tahun 2015 s/d 2020, namun penurunan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2020. Hal ini dikarenakan adanya pandemi COVID-19 sehingga muncul larangan untuk mengadakan wisuda maupun pesta pernikahan. Tentunya hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bingkai foto pada toko Terminal Foto Supply, sehingga target penjualan yang diharapkan agar dapat terus naik menjadi tidak terpenuhi. *Selling skill* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dengan kemampuan yang dimiliki dapat membantu dalam peningkatan pembelian dari konsumen.

Pesaing yang cerdas akan merevisi strategi mereka dari waktu ke waktu. Salah satu asumsi awal yang berguna adalah bahwa para pesaing berusaha memaksimalkan laba mereka. Namun, akan berbeda-beda bobot yang diberikan oleh sejumlah perusahaan atas laba jangka pendek dan laba jangka panjang mereka. Konsep persaingan pasar membuka mata perusahaan terhadap kumpulan pesaing potensial yang lebih luas. Hal ini menyebabkan perusahaan harus meningkatkan penjualannya untuk memperoleh laba yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- Statistik 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.

diinginkan. Laba yang menjadi target perusahaan tercermin dari tingkat penjualan yang dapat digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Dalam melakukan penjualan, perusahaan dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat atau seni inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Semakin pandai seseorang dalam bidang penjualan maka akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya sehingga tujuan yang diinginkannya juga akan segera terlaksana. Tidaklah mudah untuk mengarahkan kemauan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapat. Oleh karena itu dalam segala bidang dan tingkatan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada pembeli dapat memberikan kepuasan.

Ketrampilan menjual sering ditunjukkan dengan kemampuan penjual untuk memberikan solusi yang dibutuhkan oleh pelanggannya, sehingga pelanggan merasakan adanya nilai tambah yang diperoleh. Hal ini merupakan salah satu kehandalan yang penting bagi keberhasilan penjualan, dimana hal ini dapat menimbulkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan terutama produk baru. Semakin banyak minat konsumen terhadap sebuah produk maka keputusan pembelian konsumen dapat meningkat.

Penguasaan pengetahuan teknis seorang penjual meliputi pengetahuan jenis produk, manfaat produk serta keistimewaan produk, dan juga pengetahuan customer akan dapat menjawab pertanyaan konsumen.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau
- Site 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sehingga dapat mendukung ketrampilan menjual seorang penjual. Disini Toko Terminal Foto Supply sudah harus menguasai hal tersebut untuk memudahkan toko dalam menarik minat para pelanggan dan untuk kemudian mendistribusikan produknya (bingkai) ke studio-studio foto sebagai pelanggan yang tertarik untuk memesan produk untuk kebutuhan foto studio.

Dengan menguasai *selling skill*, maka kita akan dapat mempromosikan produk yang ingin ditawarkan kepada konsumen, sehingga konsumen akan menjadi tertarik dalam melakukan pembelian, terlebih lagi pada masa pandemi saat sekarang ini, sebagai seorang yang menjalankan bisnis, kita juga harus dapat menyesuaikan kemampuan berjualan dengan keadaan yang terjadi.

Dari fenomena yang terjadi saat sekarang ini, konsumen akan berminat dalam melakukan pembelian jika variasi produk yang ditawarkan beragam dan konsumen akan dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Tidak hanya variasi produk, tetapi *selling skill* juga faktor penting yang terjadi berdasarkan fenomena, terlebih lagi pada masa pandemi saat sekarang ini, yang mana akan membuat penjual lebih memaksimalkan kemampuan berjualan mereka dalam menarik minat dari konsumen, sehingga semakin banyak konsumen yang minat melakukan pembelian, maka keputusan pembelian juga akan berpengaruh menjadi lebih baik. Tentu saja hal ini menjadi target terbesar bagi Toko Terminal Foto Supply untuk memasarkan produknya. Sementara dimasa pandemi seperti ini ketika acara wisuda tidak dilakukan maka Toko Terminal Foto Supply harus tetap melakukan promosi baik itu secara langsung ke mitra kerja ataupun melalui media massa supaya tetap ada permintaan produk (bingkai) meskipun tidak begitu banyak.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Maka berdasarkan latar belakang inilah, peneliti berusaha meneliti pengaruh keputusan pembelian produk bingkai foto pada Toko Terminal Foto Supply Kota Pekanbaru yang meliputi: Variasi Produk dan Selling Skill. Sehingga penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Variasi Produk dan Selling Skill terhadap Keputusan Pembelian Bingkai Foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Variasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru?
2. Apakah *Selling Skill* berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru?
3. Apakah Variasi Produk dan *Selling Skill* berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Variasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru.
2. Apakah *Selling Skill* berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

3. Untuk mengetahui apakah Variasi Produk dan *Selling Skill* berpengaruh terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru.

4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis.

Penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat program S1 dan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, serta dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai Variasi Produk, *Selling Skill* dan Keputusan Pembelian.

2. Bagi Industri.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian.

1.5 Rencana Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta rencana sistematika penulisan.



BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisitentang teori-teori, pandangan islam, penelitian terdahulu, variabel penelitian, konsep operasional variabel penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian tentang Lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat tempat penelitian, visi misi dan karakteristik tempat penelitian, serta struktur-struktur tempat penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian tentang pembahasan terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan pembahasan tentang permasalahan yang diteliti, serta mencoba memberikan saran-saran yang dapat dijadikan pedoman dalam menanggulangi permasalahan yang dihadapi.

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

LANDASAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran

Kegiatan Manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan.

Manajemen Pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka ingin lewat pencitraan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Menurut **Nurmansyah SR (2018:20)** Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan untuk menimbulkan proses pertukaran dengan pasar yang dijadikan sasaran, dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Keputusan Pembelian

2.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Proses keputusan pembelian konsumen merupakan perilaku positif konsumen setelah mencari dan mengevaluasi berbagai alternative merek produk konsumen pada titik tertentu harus memutuskan antara membeli atau tidak membeli. Banyak sekali orang yang memahami kesulitan dalam membuat keputusan pembelian suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, pemasar harus memahami dan menguasai dalam berbagai hal yang mempengaruhi proses keputusan pembelian oleh konsumen.



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

Menurut **Peter dan Olson (2013:163)** keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang diperoleh untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif sehingga dapat memutuskan salah satu produk.

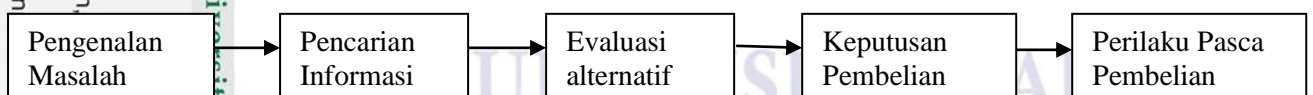
Menurut **Sangadji & Sopiah (2013:37)** keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli produk. Keputusan pembelian konsumen (*Purchase decision*) adalah membeli merek yang paling disukai.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses dimana individu memilih dua atau lebih alternatif pilihan, dimana konsumen menentukan pilihan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk tertentu.

2.2 Proses-Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut; pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Lihat gamnar berikut ini :

Gambar 2.1
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian



Sumber: **Kotler dan Keller (2012:185)**

Tahapan atau proses pengambilan keputusan pembelian menurut

Kotler dan Keller (2012:185) yaitu:



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

a. Tahap pengenalan masalah (*problem recognition*)

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui, maka konsumen akan tahu kebutuhan mana yang belum terpenuhi, perlu segera dipenuhi, ataupun bisa ditunda pemenuhannya.

b. Tahap pencarian informasi (*information search*)

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari lebih banyak informasi mengenai apa yang dibutuhkannya. Sumber informasi dapat berasal dari sumber pribadi, sumber komersial, sumber public, dan sumber pengalaman.

c. Tahap evaluasi alternatif (*evaluation alternative*)

Setelah melakukan pencarian informasi, konsumen akan mengolah informasi tersebut dan membuat pilihan akhir. Konsumen mengevaluasi alternatif produk yang akan dibeli tergantung pada masing-masing individu dan situasi membeli spesifik.

d. Tahap keputusan pembelian (*purchase decision*)

Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat merek dan membentuk niat untuk membeli. Konsumen juga akan membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai. Tapi dua faktor bisa saja muncul diantara minat beli dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah pendapat oranglain mengenai produk, faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan.

e. Tahap perilaku pasca pembelian (*purchase behavior*)

Tahap ini adalah dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut berdasarkan rasa puas atau tidak puas terhadap produk yang dibelinya.



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

Tahap ini sangat ditentukan oleh pengalaman yang didapatkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang dibeli

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan proses-proses pengambilan keputusan pembelian adalah tahap pengenalan masalah, tahap pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku sesudah pembelian.

3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut **Sangadji & Sopiah (2013:24)** keputusan pembelian sangat dipengaruhi beberapa faktor, diantaranya:

a. Faktor psikologis

Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, kelompok usia, gaya hidup dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap memengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan memengaruhi sikap. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen. Konsumen akan belajar setelah mendapat pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah pembeli mengonsumsi produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang di lain waktu. Jika tidak puas, konsumen tidak akan melakukan pembelian di lain waktu.

b. Faktor situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat



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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pembelian. Keadaan tempat belanja mencakup tempat parker, gedung, eksterior dan interior dll. Waktu berbelanja bias pagi, siang, sore bahkan malam hari. Kondisi saat pembelian produk adalah senang, sedih, kecewa, atau sakit hati. Kondisi konsumen saat melakukan pembelian akan memengaruhi pembuatan keputusan konsumen.

Faktor sosial

Faktor sosial mencakup undang-undang atau peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas soial, dan budaya.

Sebelum melakukan pembelian produk, konsumen akan mempertimbangkan apakah pembelian produk tersebut diperbolehkan atau tidak oleh aturan atau undang-undang yang berlaku. Jika diperbolehkan, konsumen akan melakukan pembelian. Namun jika dilarang, konsumen tidak akan melakukan pembelian.

2. Keluarga terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Anak yang baik tentunya akan melakukan pembelian produk jika orang tuanya menyetujui.

Kelompok referensi, contohnya kelompok referensi untuk ibuk-ibuk (kelompok pengajian, PKK, dan arisan). Remaja (kelompok boy/girl band, tim basket idola, tim basket terkenal). Dan bapak-bapak (kelompok pengajian, penggemar motor besar, kelompok penggila bola, dll).

Untuk kelas soial yang ada di masyarakat, contohnya kelas atas, menengah, dan bawah.

Untuk budaya atau subbudaya, contohnya suka Sunda, Jawa, Batak, Madura, dll. Tiap suku atau etnis mempunyai budaya/subbudaya yang berbeda.



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

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan faktor-faktor pengambilan keputusan antara lain faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial.

2.4 Tipe-tipe Keputusan Pembelian

Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Sangadji & Sopiah (2013:32)

menyebutkan tiga tipe pengambilan keputusan konsumen, yaitu pemecahan masalah yang diperluas, pemecahan masalah yang terbatas, dan pemecahan masalah rutin.

a. Pemecahan masalah yang diperluas

Konsumen membutuhkan banyak informasi untuk menetapkan kriteria untuk menilai merek tertentu. Konsumen juga membutuhkan informasi yang cukup mengenai masing-masing merek. Pemecahan masalah yang diperluas biasanya dilakukan pada pembelian barang-barang tahan lama dan barang-barang mewah seperti mobil, rumah, pakaian mahal. Konsumen akan melakukan pencarian informasi yang intensif serta melakukan evaluasi terhadap beberapa atau banyak alternative. Bila puas, konsumen akan mengomunikasikan kepuasannya terhadap orang-orang di sekelilingnya. Bila kecewa, sering kali mereka menyampaikan kekecewaannya kepada orang lain dengan nyaring.

b. Pemecahan masalah yang terbatas

Pada tipe ini, konsumen telah memilih kriteria dasar untuk mengevaluasi kategori produk dan berbagai merek. Konsumen menyederhanakan proses pengambilan keputusan, karena konsumen memiliki waktu dan sumber daya yang terbatas. Pembelian sebagian produk di pasar swalayan dilakukan dengan tipe pengambilan keputusan



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

seperti ini. Iklan dan peragaan produk di tempat penjualan telah membantu konsumen mengenali produk.

Pemecahan masalah rutin

Konsumen telah memiliki pengalaman terhadap produk yang akan dibelinya. Konsumen hanya membutuhkan sedikit informasi. Pada kebanyakan pembelian makanan seperti mie instant, konsumen biasanya hanya melewati dua tahap : pengenalan kebutuhan, dan pembelian. Jika persediaan mie konsumen habis, timbul kebutuhan mie instant dan selanjutnya terjadi pembelian.

Dari beberapa uraian diatas, dapat disimpulkan tipe-tipe keputusan pembelian antara lain pemecahan masalah yang diperluas, pemecahan masalah yang terbatas, dan pemecahan masalah rutin.

2.5 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler dan Keller (2012:185)** adapun indikator pada keputusan pembelian adalah :

1. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui, maka konsumen akan tahu kebutuhan mana yang belum terpenuhi, perlu segera dipenuhi, ataupun bisa ditunda pemenuhannya.

2. Pencarian informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari lebih banyak informasi mengenai apa yang dibutuhkannya.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 informasi dapat berasal dari sumber pribadi, sumber komersial, sumber public, dan sumber pengalaman.

3. Evaluasi alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi, konsumen akan mengolah informasi tersebut dan membuat pilihan akhir. Konsumen mengevaluasi alternatif produk yang akan dibeli tergantung pada masing-masing individu dan situasi membeli spesifik.

4. Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat merek dan membentuk niat untuk membeli. Konsumen juga akan membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai. Tapi dua faktor bisa saja muncul diantara minat beli dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah pendapat orang lain mengenai produk, faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan.

5. Perilaku pasca pembelian

Tahap ini adalah dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut berdasarkan rasa puas atau tidak puas terhadap produk yang dibelinya. Tahap ini sangat ditentukan oleh pengalaman yang didapatkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang dibeli.

2.3. Produk

2.3.1. Pengertian Produk

Menurut **Kotler & Armstrong (2012: 223)** produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau



kebutuhan. Sedangkan menurut **Thamrin Abdullah dan Francis Tantri**

(2018:153) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jika didefinisikan secara luas, Produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, oran, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud diatas.

Berdasarkan levelnya, produk dapat dibagi menjadi lima tingkatan, yaitu :

1. Produk inti, yang menawarkan manfaat dan kegunaan utama yang dibutuhkan pelanggan.
2. Produk dasar, mencerminkan fungsi dasar dari suatu produk.
3. Produk yang diharapkan merupakan sekumpulan atribut dan kondisi yang diharapkan pada saat pelanggan membeli.
4. Produk yang di tingkatkan, memberikan jasa dan manfaat tambahan sehingga membedakan penawaran perusahaan.
5. Produk potensial, yaitu segala tambahan dan transformasi pada produk yang mungkin akan dilakukan di masa yang akan datang.

3.2. Variasi Produk

Variasi produk atau keanekaragaman produk bukan hal yang baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran di dalam aktivitas peluncuran produknya. Variasi produk memiliki pengertian yang luas tidak hanya menyangkut jenis produk dan line produk tetapi juga menyangkut kualitas, desain, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian yang harus diperhatikan oleh perusahaan secara seksama terhadap keanekaragaman (variasi) produk yang

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

dihasilkan secara keseluruhan. Artinya dengan semakin bervariasinya produk yang dihasilkan, maka perusahaan juga semakin banyak melayani berbagai macam kebutuhan konsumen yang dituju.

Variasi Produk adalah sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau ciri-ciri. Menurut **Tjiptono (2008:97)** Variasi Produk adalah suatu unit khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau atribut lainnya. Biasanya disebut pula *stockkeeping* unit atau variasi.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan bahwa variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produnya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan.

3.3. Dimensi Variasi Produk

Adapun dimensi variasi produk terdiri dari ukuran, harga, tampilan, dan bahan-bahan :

1. Ukuran

Ukuran didefinisikan sebagai ukuran, model atau struktur fisik dari suatu produk yang dapat dilihat dengan nyata dapat diukur. Perusahaan harus memperhatikan ukuran dari sebuah kemasan karena memiliki dampak terhadap pemakaian konsumen. Hal ini disebabkan oleh persepsi konsumen yang menganggap size yang lebih besar mempunyai biaya per unit lebih rendah dibandingkan kemasan yang lebih kecil.



2. Harga

Perusahaan dapat menciptakan variasi produk dengan cara menjual produknya dengan harga tinggi atau sebaliknya. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Menurut **Tjiptono (2008:465)** mengatakan bahwa istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/aspect lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

3. Tampilan

Variasi dalam tampilan produk sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penampilan dalam sebuah produk merupakan sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut. Tampilan dari suatu produk merupakan hasil interaksi kompleks cahaya pada objek, karakteristik yang dapat dilihat pada objek dan persepsi manusia. Tampilan mencakup seluruh tampilan visual yang dapat dilihat seperti warna, permukaan produk yang halus, bentuk, tekstur produk, kecerahan produk, kekaburan atau kepekatan dan transparansi yang menggambarkan produk. Tampilan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

4. Bahan-bahan

Perusahaan dapat menciptakan variasi produk dengan cara menjual produknya menggunakan bahan-bahan yang berbeda. Bahan-bahan adalah bahan baku utama dari suatu produk atau barang, hal ini dapat secara visual bahwa bahan tersebut merupakan bahan utama untuk membuat produk. Konsumen akan merasa tertarik memilih produk dengan bahan-bahan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

3.4. Indikator Variasi Produk

Indikator variasi produk adalah sebagai berikut:

1. Ukuran. Ukuran didefinisikan sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur.
2. Harga. Harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.
3. Tampilan. Tampilan adalah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut, tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Tampilan dalam kemasan produk memiliki desain, kesesuaian warna sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Ketersediaan produk. Ketersediaan produk yaitu banyaknya macam barang yang tersedia.

4. Selling Skill

4.1 Pengertian Menjual

Menjual merupakan suatu disiplin ilmu dan sekaligus seni (art) untuk mempengaruhi orang lain. Menjual dilakukan oleh petugas penjualan, agar yang bersangkutan bersedia membeli produk yang ditawarkan. Dalam melakukan penjualan ini, sipenjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian mempengaruhi orang lain. Ilmu menjual adalah suatu ilmu yang digunakan dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu suatu seni untuk mempengaruhi orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut **Kho Hwat Yoe dalam Mardiyatmo (2012:80)**, ilmu menjual adalah suatu seni dalam dagang dan hidup untuk dapat mempengaruhi orang-orang supaya berfikir, merasakan, dan melakukan kehendak kita, sehingga mereka merasa mendapat keuntungan bila memiliki atau membeli barang yang kita tawarkan.

Menurut **Charles Atkinson Kirkpattick dalam Hendra Riofita (2016:90)**, seorang penjual disebut profesional bila :

- Memuaskan dalam menjual.
- Bangga dengan pekerjaan menjual.
- Memiliki etika dalam menjual.
- Perampil dalam menjual.
- Senang belajar sehingga tidak tertinggal dalam pengetahuan.
- Sangat paham bila pekerjaan menjual itu adalah melayani.



2.4.2 Selling Skill

Selling skill merupakan keyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjualan tersebut yang mendukung hubungan bisnis (Liu & Leach, 2001:149). *Selling skill* sering juga ditunjukkan dengan kemampuan penjual untuk memberikan solusi yang dibutuhkan oleh pelanggannya, sehingga pelanggan merasakan adanya nilai tambah yang diperoleh. Kemampuan menjual yang dimiliki penjual akan semakin meningkat, peningkatan ini terjadi seiring pembelajaran penjual terhadap kondisi yang dihadapi didalam memasarkan produknya.

Ketrampilan menjual juga digambarkan sebagai sebuah orientasi dari seseorang untuk berusaha melakukan perbaikan dan meningkatkan kemampuan serta penguasaan atas pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya. Dengan kata lain, ketrampilan menjual merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan.

Ketrampilan menjual yang baik akan memberi kemudahan dalam menguasai serta menangani proses penjualan. Kemampuan penjual dalam melakukan aktivitas penjualan dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki, sehingga penjual memahami perencanaan yang akan disusun untuk meningkatkan kinerjanya. Ketrampilan penjual sangat diperlukan dalam memaksimalkan pekerjaannya, termasuk didalamnya pengetahuan mengenai produk dan cara kerjanya, presentasi penjualan, kemampuan bertanya serta kemampuan beradaptasi dari penjual.

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

Selling skills erat kaitannya dengan manipulatif, membujuk, menekan dan menarik perhatian seseorang. Namun, sesungguhnya menjual adalah menjelaskan logika dan *benefit* dari sebuah keputusan. Semua orang butuh *selling skills* untuk meyakinkan orang lain bahwa idenya masuk akal, untuk meyakinkan konsumen atau calon mitra bisnis bahwa produk yang ditawarkan adalah produk yang berkelas dan bermutu tinggi.

Menurut **Hendra Riofita (2016:95)** menjual memerlukan keterampilan agar orang yang tidak berminat menjadi berminat untuk membeli. Keterampilan menjual bisa saja berasal dari bakat yang sudah dibawa sejak lahir yang kemudian diasah melalui intuisi, pengetahuan, dan pengalaman.

Bila berbicara tentang pengetahuan, seorang penjual hendaknya memiliki :

1. Pengetahuan akan diri sendiri untuk menemukan cara mengenal para pelanggan atau calon pembeli.
2. Pengetahuan tentang barang yang akan di jual.
3. Pengetahuan tentang para pelanggan dan atau calon pembeli

Keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang penjual:

1. Keterampilan menemui dan mempengaruhi calon pembeli.

Beberapa cara untuk mendekati calon pembeli adalah :

- Datang sendiri dengan memperkenalkan diri.
- Dengan perantara orang lain.
- Dengan perantara surat.
- Dengan perantara telepon.
- Melalui organisasi atau perkumpulan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Keterampilan untuk memperoleh perhatian pembeli dan memahami tipe pembeli Untuk memperoleh perhatian calon pembeli, hal-hal yang harus diperhatikan adalah penampilan, sikap dan tingkah laku, bahasa dan cara berbicara serta penguasaan akan produk yang dijual.

3. Keterampilan memahami tipe pembeli Tipe pembeli dapat dibedakan sebagai berikut :

The decided costomer, mereka ini telah mengetahui dan memutuskan apa yang akan dibeli dan penjual harus cepat melayani dan mengambilkan barangnya.

b. *The know it all customers*, merupakan tipe pembeli yang mengetahui segalanya, dialah yang bercerita kepada penjual.

c. *The deliberate costumers*, langganan ini menghendaki fakta-fakta yang kadang-kadang advis tentang konstruksi dan cara-cara penggunaan barang yang akan dibelinya.

The undecided customers, customers ini tidak dapat memutuskan ukuran, warna dari barang yang akan dibelinya.

The talkative costumers, langganan ini senang mengobrol, tetapi tidak mengarah kepada pembelian.

The I get discount costumers, ini adalah customers yang selalu menghendaki discount atau potongan harga dari barang yang dibelinya.

4. Teknik Menjual Salah satu teknik menjual yang sering digunakan adalah AIDAS atau Attention, Interest, Desire, Action, Satisfaction, yang diuraikan sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

- a. *Attention* (Perhatian), penjual membuat calon pembeli memerhatikan produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. *Interest* (Minat), penjual mengubah perhatian calon pembeli menjadi minat yang semakin kuat.
- c. *Desire* (Keinginan), penjual meyakinkan calon pembeli dengan menjelaskan keuntungan yang didapat calon pembeli dengan membeli produk yang ditawarkan.
- d. *Action* (Tindakan), penjual meyakinkan calon pembeli bahwa dengan membeli produk atau jasa yang ditawarkan merupakan keputusan yang tepat.
- e. *Satisfaction* (Kepuasan), penjual mengarahkan membimbing, dan memberi petunjuk tentang kegunaan maupun efek samping dari produksi ditawarkan.

4.3 Model Penjualan

Situasi penjualan proaktif adalah situasi di mana Anda mengejar prospek dan berusaha mengubahnya menjadi pelanggan. Pelanggan mungkin memiliki kualitas tertentu yang membuat Anda berpikir bahwa dia mungkin tertarik dengan layanan Anda, dan tugas Anda adalah mencari tahu apakah Anda benar atau tidak. Kami akan memeriksa model penjualan yang dapat Anda gunakan untuk secara aktif mengejar dan menjual kepada pelanggan Anda. Dalam menggunakan salah satu model penjualan ini, penjual harus :

- a. Sepenuhnya mengidentifikasi dan memahami manfaat produk atau layanan Anda



- UIN SUSKA RIAU
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Mengidentifikasi calon pelanggan (prospecting)
- c. Hubungi pelanggan
- d. Membangun hubungan
- e. Identifikasi masalah atau kebutuhan yang dimiliki pelanggan
- f. Jelaskan bagaimana produk atau layanan Anda akan memenuhi kebutuhan
- g. Tutup penjualan
- h. Melaksanakan
- i. Pertahankan kontak

4.4 Indikator *Selling Skill*

Indikator dari *Selling Skill* yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Pengalaman
2. Performance
3. kemampuan jual
4. Pengetahuan tehnikal

5. Pandangan Islam

5.1. Pandangan Islam tentang Variasi Produk

Islam menekankan memproduksi suatu produk harus mempunyai manfaat bagi manusia atau harus mempunyai hubungan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Islam menyatakan bahwa setiap produk harus dapat mengantarkan manusia pada ketakwaan. Oleh karena itu, setiap produk harus memenuhi tiga syarat, yaitu : materi yang halal, proses pengolahan yang bersih atau thaharah, dan penyajian yang islami. Dalam islam mengadakan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Pak cipta mik UIN Suska Riau
- Sate 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.

produksi dalam upaya menghasilkan sebuah produk tidak ada larangan bagi seorang muslim.

Ekonomi Syariah sangat menganjurkan dilaksanakannya aktivitas produksi dan mengembangkannya, baik segi kuantitas maupun kualitas. Ekonomi Syariah tidak rela jika tenaga manusia atau komoditas terlantar begitu saja. Islam menghendaki semua tenaga dikerahkan untuk meningkatkan produktivitas lewat itqan (ketekunan) yang diridahi Allah atau ihsan yang diwajibkan Allah atas segala sesuatu.

5.2. Pandangan Islam tentang *Selling Skill*

Jauh sebelum Frederick W. Taylor (1856-1915) dan Henry Fayol mengangkat prinsip manajemen sebagai suatu disiplin ilmu, Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam, sudah mengimplementasikan nilai-nilai manajemen dalam kehidupan dan praktek bisnisnya. Ia telah dengan sangat baik mengelola proses, transaksi, dan hubungan bisnis dengan seluruh elemen bisnis serta pihak yang terlihat di dalamnya.

Dalam kitab suci alqur'an juga sama sekali tidak mencela orang-orang yang melakukan aktivitas bisnis. Mencari rezeki dengan cara berusaha oleh Alqur'an dinamakan mencari karunia illahi atau fadlullah, sebagaimana firman Allah:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفْتٍ فَادْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ
وَأَدْكُرُوا كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبِيلَةٍ لِّمَنِ الضَّالِّينَ

Artinya: *Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah dengan menyebut Allah sebagaimana yang ditunjukkannya kepadamu, dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang yang sesat (QS. al-baqarah:198).*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Segala ketentuan perekonomian dan transaksi usaha menurut ajaran Islam yang bersumber dari al-qur'an adalah untuk memperhatikan hak individu yang harus terlindungi, sekaligus untuk menegakkan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. Oleh karena itu, syariah mengharamkan perampokan, pencurian, perampasan, penyuapan, pemalsuan, penghianatan, penipuan dan memakan riba karena keuntungan yang didapat dengan cara-cara tersebut pada hakikatnya diperoleh dengan mendatangkan kemudharatan kepada orang lain.

2.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Dwi Warni Wahyuningsih Edunomika Vol. 03, No. 02 (Agustus 2019)	Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max Di Wonogiri	X1 : Variasi Produk X2 : Harga X3 : Promosi Penjualan Y : Keputusan Pembelian	Variabel X1 dan X3 terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Indra Nurrahman dan Rd. Dian Herdiana Utama Journal of Business Management and Entrepreneurship Education Volume 1, Number 1, April 2016,	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Smartphone Nokia Series X Di Bec Bandung)	X1 : Variasi Produk Y : Keputusan Pembelian	Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3	Nur Farida, Shokhibatus Saidah Jurnal Fakultas Ekonomi Volume 06, Nomor 02,	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood Di Supermarket Sarikat Jaya Gresik	X1 : Variasi Produk Y : Keputusan Pembelian	Variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian



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

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
4	Wahyu Nurul Faroh dan Defri Junaidi	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018	X1 : Variasi Produk Y : Keputusan Pembelian	Variabel selling skill berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan.
5	Disa Fitri dan Sudharto Diponegoro	Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-commerce Zalora.co.id (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Jakarta)	X1 : Promosi Kreatif X2 : Variasi Produk Y : Keputusan Pembelian	Variabel Variasi Produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian
6	Sutarti (2018) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus	Analisis Pengaruh Desain, Kualitas Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan pembelian Trophy Pada Sentra Umkm Lencana Di Desa Demaan Kudus	X1 : Desain X2 : Kualitas X3 : Variasi Produk Y: Keputusan Pembelian	Variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
7.	Anna Kridaningsih	Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition di Kota Mojokerto	X1 : Harga X2 : Variasi Produk Y : Keputusan Pembelian	Terdapat pengaruh yang signifikan dari harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian.

Sumber : Penelitian Terdahulu

Adapun perbedaan penelitian penulis sekarang dengan penelitian terdahulu adalah dilihat dari variabelnya, dimana ada beberapa variabel yang tidak ada pada penelitian terdahulu, sehingga penulis menambahkan variabel lainnya. Lalu lokasi dan objek penelitian tidak sama dengan penulis terdahulu.



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

2.7. Variabel Penelitian

Menurut **Sugiyono (2007:5)** Variabel Penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*variabel independent*), menurut **Sugiyono (2011:61)** merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya (*variabel independent*) adalah, sebagai berikut :

X1 = Variasi Produk

X2 = Selling Skill

2. Variabel terikat (*variabel dependent*), menurut **Sugiyono (2011:61)** merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (*variabel dependent*) adalah, sebagai berikut :

X = keputusan pembelian

2.8. Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada peneliti tentang bagaimana caranya mengukur variabel.

Variabel-variabel yang akan didefinisikan adalah semi variabel yang terkandung dalam hipotesis, yang bertujuan untuk memudahkan membuat kesimpulan. Adapun konsep operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



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

Tabel 2.2
Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
Variasi Produk (X1)	Menurut Kotler (2009:72) Variasi Produk adalah sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau ciri-ciri.	1. Lini Produk 2. Tampilan 3. Material Produk
Selling Skill (X2)	Menurut Bayuaji Darus Setiobudi (2007:14) Selling Skill merupakan pembelajaran seorang tenaga penjualan untuk senantiasa meningkatkan kemampuannya dalam melakukan tindakan-tindakan yang mendukung keberhasilan dalam tugas penjualannya.	1. Pengalaman 2. Performance 3. kemampuan jual 4. Pengetahuan tehnikal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang diperoleh untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif sehingga dapat memutuskan salah satu produk. Peter dan Olson (2013:163)	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian

2.9. Kerangka Pemikiran

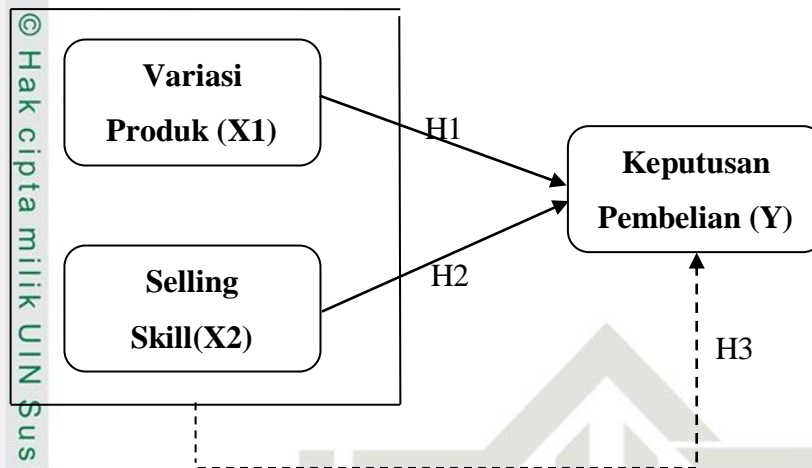
Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran tersebut terdapat dua variabel independen (Variasi Produk dan Selling Skill) yang menghubungkan variabel dependen (keputusan pembelian).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- > Pengaruh secara parsial
- - - - -> Pengaruh secara simultan

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa Variasi Produk dan Selling Skill mempengaruhi keputusan pembelian secara parsial maupun simultan.

10. Hipotesis

Hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesis juga dapat berupa pernyataan yang menggambarkan atau memprediksi hubungan-hubungan tertentu di antara dua variabel atau lebih, yang kebenaran hubungan tersebut tunduk pada peluang untuk menyimpang dari kebenaran, **Samsi (2011 : 44)**.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Pengaruh Variasi Produk terhadap keputusan pembelian. Variasi Produk adalah sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau ciri-ciri. Penelitian Indra Nurrahman dan Rd. Dian Herdiana Utama (2016), menjelaskan Variabel Variasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H1 Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Skill menjual adalah kemampuan atau cara yang dimiliki oleh seseorang untuk menjual produk baik itu berupa barang atau jasa. Dengan kemampuan berjualan yang baik, maka akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

H2 Variabel Selling Skill atau bagaimana cara penjualan produk menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Variasi Produk adalah sebuah ahli tersendiri berkaitan dengan selling skill yang dapat dibedakan berdasarkan satuan atau ciri tertentu. Dalam kegiatan pemasaran variasi produk menjadi strategi perusahaan untuk menarik konsumen karena pilihannya yang banyak bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

H3 Diduga Variasi Produk dan Selling Skill berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

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

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Terminal Foto Supply yang bertempat di jalan Soebrantas, kompleks MTC Giant Panam, Pekanbaru. Lokasi ini dipilih karena data yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu Variasi Produk dan Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian Bingkai Foto. Waktu penelitian yaitu pada bulan Januari 2021 sampai Februari 2021.

2. Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang dibedakan berdasarkan cara memperolehnya antara lain:

1. Jenis Data

a) Data Kualitatif. Data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

Data Kuantitatif. Data yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung dan dinyatakan dalam bentuk angka.

Jadi, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.

2. Sumber Data

Data primer. Data primer yang dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu atau data

yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.

Data sekunder. Data sekunder adalah merupakan data yang sudah tercatat dalam buku atau pun suatu laporan namun dapat juga merupakan hasil dari hasil laboratorium. Data tersedia yang diperoleh dari Toko Terminal Foto Supply ini seperti data penjualan bingkai foto yang meliputi data penjualannya.

Jadi, data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dari berbagai keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Kuisisioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

(Sugiyono:2014:142).





3.4. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut **Sugiyono (2011 : 61)**, populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah setiap pembeli bingkai foto di Toko Terminal Foto Supply pada tahun 2021.

2. Sampel

Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah tapi tidak semua. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, dimana menurut **Sugiyono (2011:85)** purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya setiap subjek yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu. Tujuan dan pertimbangan pengambilan subjek/sampel penelitian ini adalah sampel tersebut dapat memberikan informasi yang diinginkan atau dibutuhkan penulis mengenai variasi produk, Selling Skill dan keputusan pembelian bingkai foto di Toko Terminal Foto Supply.

Karena penelitian ini tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi yang akan diteliti. Maka besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini



menggunakan rumus (Ferdinand, 2006 dalam Novena 2013:44) sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z)^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

- = Jumlah sampel
- = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)
- Moe = Margin of Error yaitu tingkat kesalahan maksimum yang yang bisa ditolerir (ditentukan 10%)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui jumlah sampel sebesar 96 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden yaitu siapapun yang pernah berbelanja dan melakukan pembelian bingkai foto di Toko Terminal Foto Supply pada tahun 2021.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang



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

efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono:2014:142)

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Teknik Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Maka dalam penelitian ini, hanya digunakan lima kategori diantaranya (Sugiyono:2014:93)

1. Sangat Setuju (SS)	=	Skor 5
2. Setuju (S)	=	Skor 4
3. Netral (N)	=	Skor 3
4. Tidak Setuju (TS)	=	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	=	Skor 1

3.6.2. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis tentang karakteristik dari suatu keadaan objek yang akan diteliti. Analisis ini mengemukakan data-data responden seperti jenis kelamin, usia, atau pekerja.

3.6.3. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang berupa kuisisioner kedalam bentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 23.



3.7. Uji Kualitas Data

3.7.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk uji yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dengan menggunakan nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dibandingkan 0,3. Bila korelasi setiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Suatu item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya (Sugiyono:2014:168).

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Metode yang digunakan metode koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan karena koefisien ini menggunakan variasi dari item baik untuk format benar atau salah atau bukan, seperti format pada skala *likert*.

Apabila kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* bila koefisien reliabilitas besar dari 0,60 ($r > 0,60$), maka ukuran kuesioner yang dipakai sudah reliabel (Sugiyono:2014:175).



UIN SUSKA RIAU

3.7.3. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumber diagonal dari grafik *Scater Plot*, dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari regresi atau tidak mengikuti arus garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2012:181).

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012:105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas adalah suatu keadaan yang terdapat hubungan korelasi yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel independen yang terdapat dalam model regresi. Dalam penelitian ini multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan metode enter yaitu dengan melihat pada Tolerance Value/Variance Inflation Factor (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance value mendekati 1 atau diatas 0,1.

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



3.8.2 Uji Heterokedastisitas

Uji Glejser test digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas. Glejser menyarankan untuk meregresi nilai absolut dari penyimpangan residual terhadap variabel X (variabel bebas) yang diperkirakan mempunyai hubungan yang erat dengan Xi. Masalah heterokedastitas tidak terjadi apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.9. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Dimana variabel X terdiri dari Variasi Produk dan Selling Skill, dan untuk Y adalah keputusan pembelian. Untuk menguji dalam penelitian ini digunakan program *statistical package for the social science* (SPSS). Adapun bentuk model yang akan datang diuji dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b₁b₂ : Koefisien persamaan regresi predictor Variabel Bebas

X₁ : Variasi Produk

X₂ : Selling Skill

e : Standar Error

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



3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T yaitu suatu uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (X_1 : Variasi Produk dan X_2 : Selling Skill) secara parsial atau individual terhadap variabel dependen (Y : keputusan pembelian).

Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} dengan tingkat sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Variasi Produk dan Selling Skill berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Terminal Foto Supply di Kota Pekanbaru.

3.10.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji dan menunjukkan apakah semua variabel independen (X_1 : Variasi Produk dan X_2 : Selling Skill) yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y : keputusan pembelian) (Ghozali 2006). Menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$) maka $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} dengan tingkat sig > 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Variasi Produk dan Selling Skill berpengaruh secara simultan keputusan pembelian di Toko Terminal Foto Supply di Kota Pekanbaru.

3.10.3. Uji Korelasi (R)

Uji korelasi yaitu analisis yang dipakai untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Misalnya variabel X dengan Y , tujuannya untuk menentukan seberapa erat hubungan antar dua variabel.



Variabel X dan Y dinyatakan memiliki korelasi jika X dan Y memiliki perubahan variasi yang satu sama lain berhubungan, artinya jika variabel X berubah, maka variabel Y pun berubah.

Tabel 3.1
Kriteria Pengujian

Nilai Korelasi	Keterangan
0	Tidak ada korelasi
0.00-0.199	Korelasi sangat rendah
0.20-0.399	Korelasi rendah
0.40-0.599	Korelasi sedang
0.60-0.799	Korelasi kuat
0.80-1.00	Korelasi sangat kuat

Sumber: Suliyanto (2011:16)

10.4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan (R^2) antara 0 – 1. Jika koefisien determinan 0 berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinan semakin mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, karena variabel independen pada lebih dari 2, maka koefisien determinan yang digunakan adalah Adjusted R Square. Dari determinan (R^2) ini dapat diperoleh nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.

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

GAMBARAN UMUM TERMINAL PHOTO SUPPLY

4. Sejarah Usaha Terminal Photo Supply

Terminal Photo Supply merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa photography. Usaha ini merupakan usaha keluarga yang sudah ada sejak tahun 1993 yang pertama kali berdiri di Padang, kemudian Terminal Photo Supply memperluas usahanya dengan membuka cabang di Bukittinggi pada tahun 2000. Sebelum berdirinya Terminal Photo Supply di Pekanbaru Riau, pemilik dari Terminal Photo Supply yang ada di Pekanbaru ini merupakan pekerja dari Terminal Photo Supply yang di Padang Sumatera Barat.

Awal cikal bakal berdirinya Terminal Photo Supply di Pekanbaru ini adalah banyaknya pesanan bingkai dari daerah Riau. Pada tanggal 1 Mei 2010 Terminal Photo Supply resmi didirikan di Pekanbaru Riau, yang status kepemilikannya satu orang saja yaitu anak dari owner Terminal Photo Supply awal berdiri usaha ini sudah dilengkapi dengan fasilitas, sarana dan prasarana yang sudah memadai. Kehadiran Terminal Photo Supply di Pekanbaru disambut antusias oleh para konsumen dan pelaku usaha jasa photography lainnya.

Dari mulut ke mulut. Usaha ini hari demi hari semakin berkembang dengan banyaknya konsumen yang mencetak photo, membeli bingkai, berphoto dan lainnya, karena Terminal Photo Supply memberikan pelayanan yang nyaman dan ramah. Selain pelayanan yang ramah dan nyaman pemilik



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

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

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

dari Terminal Photo Supply yang ada di Pekanbaru juga memilih lokasi berdiri usahanya di tempat yang strategis yaitu di Giant Metropolitan City Panam, Pekanbaru. Selain letak geografisnya yang mudah diakses dan didukung oleh transportasi yang lancar, tentu akan memudahkan konsumen untuk mengaksesnya.

Selain itu, Terminal Photo Supply juga memperluas dan merenovasi tempat usahanya agar terlihat lebih baik, nyaman dan terlihat menyenangkan bagi konsumennya. Semakin hari Terminal Photo Supply melengkapi produk yang belum ada dan memperbaiki kinerja yang biasa dilakukan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi kepercayaan bagi konsumen. Sejak awal beridinya pada tahun 2010 sampai dengan sekarang tahun 2018 Terminal Photo Supply sudah beroperasi selama 8 tahun lamanya.

4.2 Visi dan Misi

Untuk menjadikan Terminal Photo Supply sebagai usaha yang bergerak dibidang jasa photography yang unggul pada konsumen menengah kebawah dan menengah keatas, maka Terminal Photo Supply memiliki visi "menjadikan Terminal Photo Supply sebagai usaha jasa photography yang terpercaya."

Adapun misi Terminal Photo Supply di giant panam untuk mewujudkan visi tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan pelayanan yang terbaik, nyaman dan menyenangkan
- b) Cepat waktu dalam menyelesaikan pesanan konsumen
- f) Memberikan biaya yang bersahabat kepada konsumen.



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

- c) Segera mungkin memberikan informasi apabila pesanan yang telah selesai dikerjakan.
- d) Segera menindak lanjuti konsumen yang komplek terhadap pesanan yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen.
- e) Memberikan kualitas hasil yang terbaik kepada konsumen

3. Struktur Organisasi

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

Dengan tersusunnya struktur secara fleksibel dan tegas maka setiap bagian dan seksi yang ada pada usaha tersebut, dapat melakukan tugas dan wewenangnya masing-masing. Terminal Photo Supply sebagai suatu organisasi usaha dan kegiatannya telah merumuskan tentan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dalam setiap bidangnya, dan juga lebih mengutamakan spesialisasi agar lebih ekonomis. Meskipun disisi lain Terminal Photo Supply merasakan kurangnya spesialisasi sehingga sebagian masih ada yang merangkap jabatan. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada struktur organisasi yang terdapat pada Terminal Photo Supply sebagai berikut:

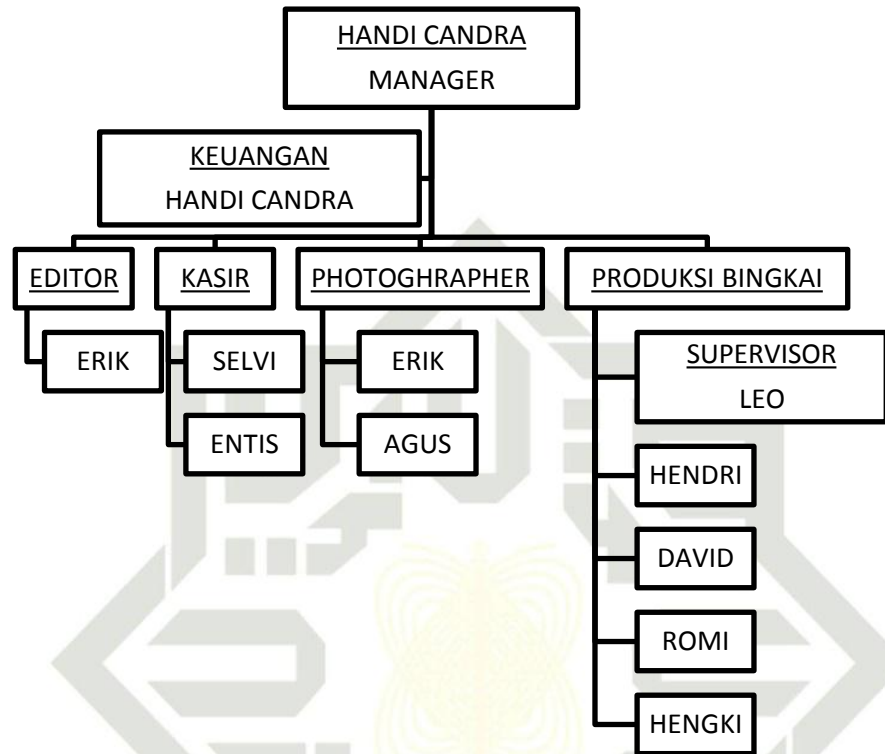


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Hassanudin Syarif Kasim Riau

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Terminal Photo Suplly



Sumber: Handi Candra (owner Terminal Photo Supply)

Dari struktur organisasi diatas setiap bagiannya mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1) Manager

Tugas dan tanggung jawab:

Melakukan pengawasan menyeluruh terhadap aktivitas dan kegiatan

Terminal Photo Supply

Memberikan penugasan yang layak kepada bagian dibawahnya sesuai

dengan bidang pekerjaan masing-masing

Melakukan pemantauan



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

d. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan

Menentukan kebijakan tertinggi pada Terminal Photo Supply

Bertanggung jawab terhadap keuntungan dan kerugian yang terjadi

Bertanggung jawab dalam memimpin dan membina usaha secara efektif dan efisien

2) Keuangan

Tugas dan tanggung jawab:

Melakukan penilaian dan evaluasi secara terus menerus mengenai kinerja karyawan

b) Mengelola dan mengatur penggajian untuk memastikan keakuratana waktu dan efisiensi distribusi penggajian karyawan

c) Mengarsipkan seluruh dokumen transaksi untuk menjaga ketertiban administrasi dan memudahka penelusuran dokumen

Melakukan stop opname setiap akhir bulan untuk melihat ada atau tidaknya selirih jumlah barang di terminal photo supply dan catatan keuangan.

3) Editor

Tugas dan tanggung jawab:

Melaksanakan tugas khusus secara langsung sesuai pesanan

Meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam bidangnya

Harus selalu siap dengan pesanan yang disorder oleh konsumen

Menerima informasi pesanan pada photo yang akan di cetak

Melaksanakan pemeliharaan pada bidangnya.



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

Tugas dan tanggung jawab:

Bertanggung jawab terhadap aktivitas dan kegiatan di Terminal photo

Supply

Mengutamakan pelayanan yang optimal kepada konsumen

Melakukan perhitungan uang kas setiap hari

Mencatat barang-baran yang habis dan barang retur

Memberikan informasi kepada konsumen apabila pesanan atau cetakan photo sudah selesai dikerjakan

f) Melakukan pemeliharaan barang-barang yang ada di Terminal Photo

Supply

g) Bertanggung jawab atas kebersihan, kenyamanan, kerapian dan tata barang yang baik dan menyenangkan

5) Photographer

Tugas dan tanggung jawab:

Melakukan pemotretan jika ada konsumen yang datang untuk berphoto

Merawat kamera yang di gunakan untuk memotret konsumen

Bertanggung jawab atas kebersihan studio photo

Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang ingin melakukan pemotretan

6) Produksi bingkai

Tugas dan tanggung jawab:

Supervisor

1. Melakukan pengawasan terhadap pengerjaan produksi bingkai

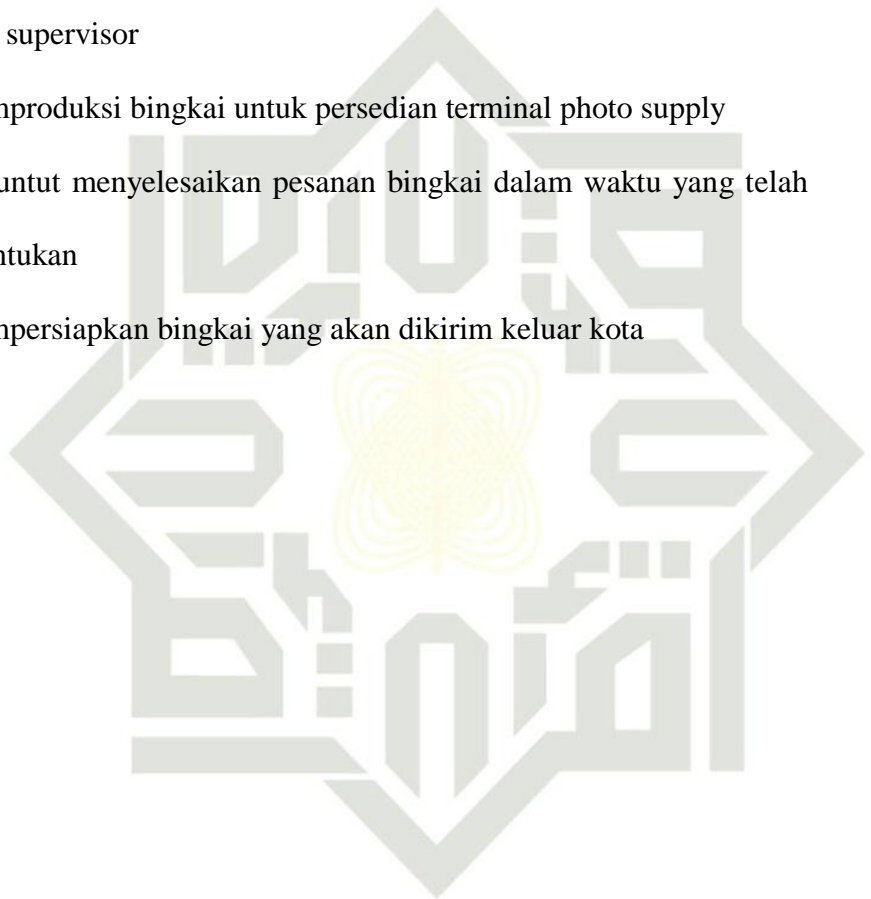
2. Menyiapkan data pesanan konsumen kepada anggota
3. Memeriksa kembali bingkai yang dipesan dan yang akan dikirim
4. Memeriksa batangan bingkai yang dibeli dari luar kota

Anggota

1. Mengerjakan pesanan bingkai berdasarkan data yang diberikan oleh supervisor
2. Memproduksi bingkai untuk persediaan terminal photo supply
3. Di tuntut menyelesaikan pesanan bingkai dalam waktu yang telah ditentukan
4. Mempersiapkan bingkai yang akan dikirim keluar kota



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

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply Pekanbaru secara simultan dipengaruhi oleh variasi produk dan *selling skill*. Dengan besar pengaruh yang diberikan dari variasi produk dan *selling skill* yaitu sebesar 67,6% mempengaruhi keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply Pekanbaru.
2. Variasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru.
3. *Selling skill* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka beberapa saran pelengkap terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Variasi produk, sebaiknya perusahaan memberikan variasi produk yang lebih beragam, sehingga konsumen akan lebih tertarik dalam melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan.

2. *Selling skill*, perusahaan juga harus memperhatikan bagaimana kemampuan menjual. Semakin baik kemampuan dalam menjual, maka konsumen akan semakin tertarik melakukan pembelian pada produk tersebut.

3. Dan bagi penelitian selanjutnya, agar lebih mengembangkan penelitian jenis yang akan dilakukan agar penelitian selanjutnya menjadi lebih baik dibandingkan penelitian yang sebelumnya dilakukan



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Mardiyatmo. 2012. Kewirausahaan Untuk SMK Kelas XI. Jakarta: Yudhistira

Widena, V. K. (2013). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Kunjungan Konsumen Pariwisata (Studi Pada Objek Wisata Umbul Sidomukti, Kabupaten Semarang. Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Farida, Shokhibatus Saidah. 2017. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood Di Supermarket Sarikat Jaya Gresik Jurnal Fakultas Ekonomi Volume 06, Nomor 02

Beer and Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Salemba Empat. Jakarta

Wangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Manusi, Anwar. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Setiobudi, Bayuaji Darus. 2007. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Selling Skill Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. Thesis. Universitas Diponegoro. Semarang.

PR, Nurmansyah. 2018. Pengantar Manajemen Pemasaran. Pekanbaru : Unilak Press.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

_____. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

_____. 2011. Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

_____. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sule, Enie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2009. Pengantar Manajemen, edisi pertama, cetakan kedua. Jakarta : Kencana

Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

Sunyoto Danang. 2013. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.

_____. 2013. Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis. Yogyakarta: CAPS.



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

Sutarti. 2018. Analisis Pengaruh Desain, Kualitas Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan pembelian Trophy Pada Sentra Umkm Lencana Di Desa Demaan Kudus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus

Wastha Basu. 2000. Manajemen Pemasaran I, edisi ketiga. Yogyakarta : BPFE.

Wastha Basu DH dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua cetakan kesebelas. Yogyakarta: Liberty.

Wastha Basu. 2004. Azas-azas Marketing, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.

_____. 2017. Manajemen Penjualan, edisi ketiga, cetakan kesepuluh. Yogyakarta : BPFE.

Wahyu Nurul Faroh dan Defri Junaidi. 2019. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018. Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 2 No.3

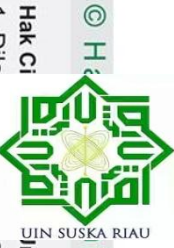
Weilbaker, Dan C. "The Identification of Selling Abilities Needed for Missionary Type Sales" Journal of Personal Selling & Sales Management Vol.X (Summer, p.45-55).



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta © Himpunan Mahasiswa Islam UIN Suska Riau
Indang-Undang

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

UIN SUSKA RIAU

KUISIONER PENELITIAN

ANALISIS VARIASI PRODUK DAN SELLING SKILL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BINGKAI FOTO PADA TOKO TERMINAL FOTO SUPPLY PEKANBARU

Terimakasih atas partisipasi bapak/ibu/saudara responden untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Kuisisioner ini merupakan instrument penelitian yang dilakukan oleh :

Nama : Muhammad Ifnudin
Nim : 11671102168
Jurusan/Konsentrasi : Manajemen/Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas : UIN SUSKA RIAU

Untuk menunjang penelitian dalam rangka penulisan skripsi program sarjana informasi yang bapak/ibu/saudara berikan hanya untuk kepentingan akademis dan akan dijaga kerahasiannya. Atas bantuan dan kerja sama saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin :
Pria
Wanita
Usia :
Pekerjaan :

UIN SUSKA RIAU



B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

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

© Al-Fatihah University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Bacalah pernyataan dengan teliti dan berilah tanda ceklis (√) pada kolom yang tersedia

2. Tentukan pilihan anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut dengan kriteria jawaban dibawah ini :

- Sangat Setuju : SS**
- Setuju : S**
- Netral : N**
- Tidak setuju : TS**
- Sangat tidak setuju : STS**

PERNYATAAN PENELITIAN

- 1. Variabel Independen
 - A. Variasi Produk (X₁)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Kualitas bingkai yang dijual di Terminal Foto Supply sangat baik					
2.	Tipe ukuran bingkai yang dijual di Terminal Foto Supply sangat beragam dan sesuai dengan kebutuhan saudara					
3.	Model atau jenis bingkai yang dijual di Terminal Foto Supply beragam jenisnya					
4.	Material bingkai yang dijual di Terminal Foto Supply menggunakan material yang baik					
5.	Bahan yang digunakan untuk membuat bingkai berasal dari bahan yang berkualitas					

B. Selling Skill (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Terminal Foto Supply melakukan promosi secara langsung kepada konsumen sehingga konsumen mengetahui kualitas produk bingkai yang ditawarkan					
2.	Bingkai di Terminal Foto Supply dapat dibeli secara online maupun offline					
3.	Karyawan/penjual memiliki pengetahuan yang baik tentang produk sehingga bisa menjawab kebutuhan konsumen					
4.	Karyawan/penjual bisa meyakinkan konsumen bahwa produksi bingkai berkualitas baik					
5.	Terminal Foto Supply melakukan promosi baik brosur maupun iklan di internet					

Variabel Dependen

A. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Bingkai Foto yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya mencari informasi sebelum membeli bingkai foto di Terminal Foto Supply					
3.	Saya melakukan pembelian setelah melakukan evaluasi terlebih dahulu					
4.	Saya melakukan pembelian dikarenakan kualitas bingkai yang diberikan baik					
5.	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan					

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

RESPONDEN	VARIASI PRODUK (X1)						SELLING SKILL (X2)					KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL_Y
R.1	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	4	2	4	4	18
R.2	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.3	4	3	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23
R.4	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	4	4	4	5	4	21
R.5	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
R.6	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19
R.7	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	4	19
R.8	4	4	4	3	4	18	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	5	20
R.9	4	4	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	3	18
R.10	4	4	4	5	5	22	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19
R.11	4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	4	21
R.12	3	3	3	3	5	17	3	4	4	3	5	19	5	4	4	4	4	21
R.13	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	5	20
R.14	4	4	4	5	3	21	4	3	3	3	4	17	5	4	5	4	3	21
R.15	4	4	4	4	5	21	3	4	4	5	4	20	4	4	4	4	4	20
R.16	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
R.17	3	2	2	3	3	13	3	3	2	3	2	13	3	2	3	2	3	13
R.18	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
R.19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
R.20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.22	4	4	4	4	3	18	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
R.23	5	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22
R.24	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
R.25	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17	5	4	5	4	4	22
R.26	4	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
R.28	4	4	3	4	3	18	4	2	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15
R.29	2	4	4	4	4	18	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
R.30	4	4	4	4	4	20	2	4	4	5	4	19	4	4	4	2	4	18

R.31	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	3	17
R.32	4	4	4	18	3	2	4	2	4	15	4	4	4	3	3	18
R.33	4	4	4	18	3	4	4	3	3	17	2	4	3	3	3	15
R.34	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.35	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19	4	2	4	5	4	19
R.36	4	4	3	19	4	4	3	3	4	18	4	4	2	4	4	18
R.37	4	3	4	17	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19
R.38	4	4	3	17	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	3	19
R.39	5	4	4	21	4	2	4	4	2	16	3	3	4	4	2	16
R.40	2	4	4	18	4	4	3	4	4	19	2	4	4	4	3	17
R.41	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	4	17
R.42	4	4	4	20	3	4	3	2	4	16	4	4	3	4	4	19
R.43	4	4	3	17	2	4	4	5	2	17	3	4	4	4	2	17
R.44	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	2	3	3	16
R.45	4	4	3	19	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19
R.46	4	4	3	19	4	3	2	4	4	17	4	4	4	4	4	20
R.47	4	3	4	19	3	3	4	2	4	16	4	2	4	4	4	18
R.48	4	4	4	19	4	4	4	4	2	18	3	3	3	3	3	15
R.49	2	4	4	18	2	4	4	4	3	17	3	4	2	4	3	16
R.50	3	4	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
R.51	4	4	3	18	4	4	2	4	4	18	3	2	4	2	4	15
R.52	2	4	3	15	4	4	4	2	4	18	3	4	4	3	3	17
R.53	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20
R.54	4	2	4	19	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	3	19
R.55	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	3	4	18
R.56	4	4	4	19	4	4	3	2	4	17	3	4	4	4	4	19
R.57	4	4	3	19	4	2	4	4	3	17	3	4	4	4	3	18
R.58	3	3	4	16	5	4	4	4	4	21	4	2	4	4	2	16
R.59	2	4	4	17	2	4	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19
R.60	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	5	4	4	5	4	22
R.61	3	3	2	13	3	2	3	2	3	13	3	2	3	2	3	13
R.62	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mendanai atau menyalurkan dana.
 b. Pengutipan tidak diperbolehkan untuk tujuan komersial atau untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
 Dilarang mengumumkannya dan memperjualbelikannya sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

R.63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
R.64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
R.65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.66	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
R.67	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	4	22
R.68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
R.69	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	17	5	4	5	4	4	20
R.70	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	20	4	4	3	4	4	19
R.71	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	15	4	4	4	5	4	21
R.72	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	21	4	4	3	4	5	20
R.73	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	21	3	3	3	3	3	15
R.74	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	5	20
R.76	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	20	4	4	3	4	4	19
R.77	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	15	4	4	4	5	4	21
R.78	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	21	4	4	3	4	5	20
R.79	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	21	3	3	3	3	3	15
R.80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
R.81	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	5	20
R.82	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	18	4	4	3	4	3	18
R.83	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
R.84	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	18	4	4	5	4	4	21
R.85	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	4	21
R.86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
R.87	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	12	2	3	2	3	2	12
R.88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
R.89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
R.90	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	23	5	4	5	4	5	23
R.91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
R.92	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	22	4	5	4	5	4	22
R.93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
R.94	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	19	3	4	5	2	3	17

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak cipta dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penulis atau tinjauan suatu karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu karya tulis.
 b. Pengutipan tidak diperbolehkan untuk tujuan komersial, promosi, atau untuk tujuan lainnya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 X1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	14,81	4,863	,602	,739
X1.2	14,80	4,970	,547	,756
X1.3	14,83	4,930	,587	,744
X1.4	14,77	4,623	,543	,761
X1.5	14,91	4,871	,568	,750

VARIABEL X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	14,81	4,964	,525	,749
X2.2	14,76	4,811	,615	,719
X2.3	14,80	4,990	,627	,718
X2.4	14,79	4,976	,483	,764
X2.5	14,80	4,848	,538	,745

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
Y.1	14,92	5,488	,727	,773
Y.2	14,93	5,763	,645	,797
Y.3	15,01	6,071	,515	,832
Y.4	14,91	5,537	,645	,797
Y.5	14,99	5,606	,639	,798

UJI RELIABILITAS

VARIABEL X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	5

VARIABEL X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,780	5

VARIABEL Y

Reliability Statistics

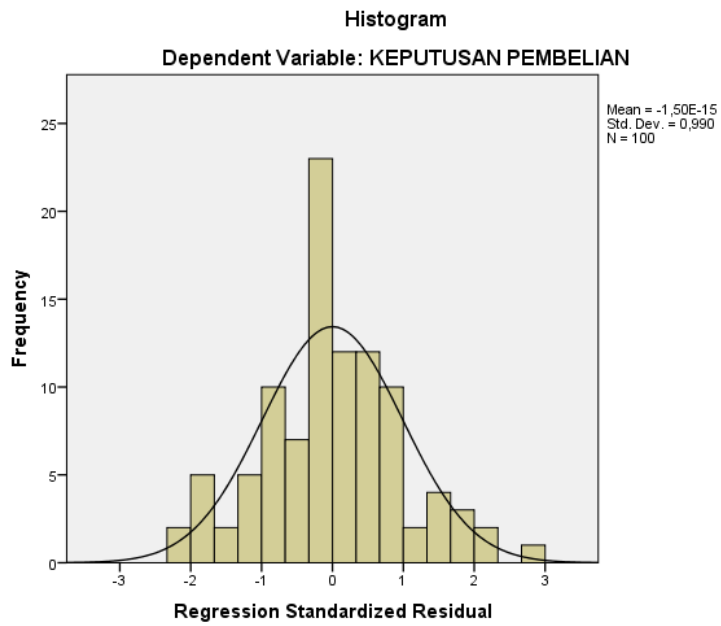
Cronbach's Alpha	N of Items
,833	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

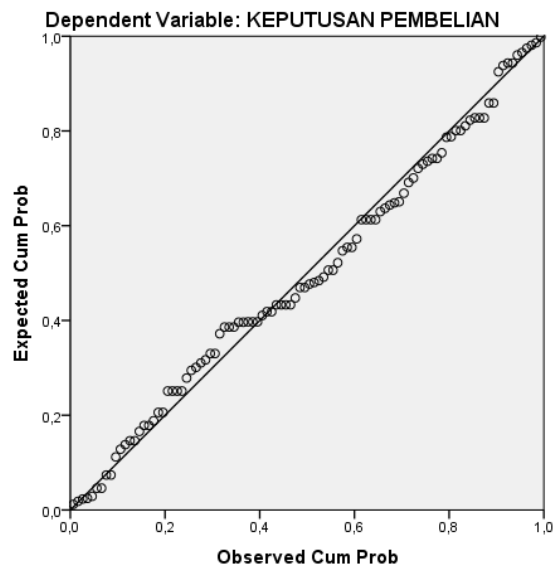
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

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



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,66462311
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,054
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,750	1,280		,585	,560
	VARIASI PRODUK	,610	,086	,561	7,124	,000
	SELLING SKILL	,359	,085	,331	4,209	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,822 ^a	,676	,669	1,682	1,917

- a. Predictors: (Constant), SELLING SKILL, VARIASI PRODUK
- b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI HETEROSKEDASTISITAS

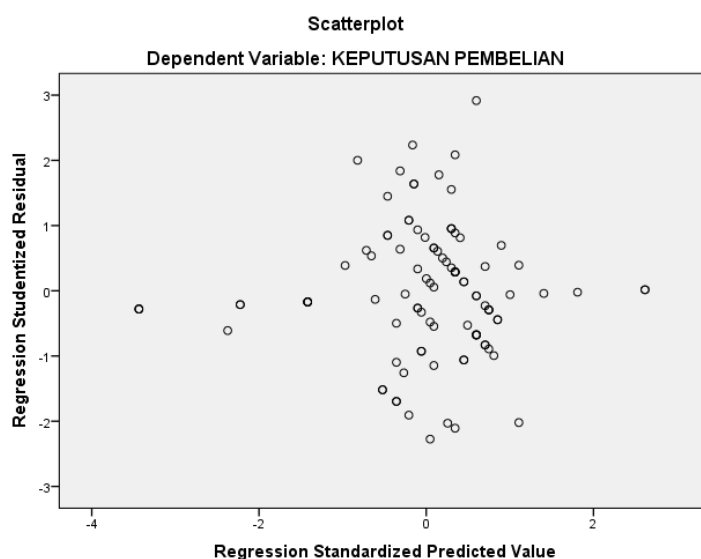
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,076	,820		1,313	,192
VARIASI PRODUK	-,005	,055	-,014	-,099	,921
SELLING SKILL	,016	,055	,041	,294	,769

a. Dependent Variable: ABS_RES

Suska Riau

State Islami



UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,750	1,280		,585	,560
VARIASI PRODUK	,610	,086	,561	7,124	,000
SELLING SKILL	,359	,085	,331	4,209	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

arif Kasim Riau

1. Untuk mengungkap seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 PARSIAL (T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,750	1,280		,585	,560
VARIASI PRODUK	,610	,086	,561	7,124	,000
SELLING SKILL	,359	,085	,331	4,209	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI SIMULTAN (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	571,064	2	285,532	100,962	,000 ^b
	Residual	274,326	97	2,828		
	Total	845,390	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), SELLING SKILL, VARIASI PRODUK

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,822 ^a	,676	,669	1,682

a. Predictors: (Constant), SELLING SKILL, VARIASI PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN

VARIABEL X1

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

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
N	18	18,0	18,0	26,0
S	68	68,0	68,0	94,0
SS	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
N	15	15,0	15,0	24,0
S	70	70,0	70,0	94,0
SS	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7,0	7,0	7,0
N	22	22,0	22,0	29,0
S	65	65,0	65,0	94,0
SS	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
N	21	21,0	21,0	30,0
S	55	55,0	55,0	85,0
SS	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
N	28	28,0	28,0	36,0
S	58	58,0	58,0	94,0
SS	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

VARIABEL X2

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
N	22	22,0	22,0	31,0
S	61	61,0	61,0	92,0
SS	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
N	16	16,0	16,0	25,0
S	68	68,0	68,0	93,0
SS	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7,0	7,0	7,0
N	21	21,0	21,0	28,0
S	68	68,0	68,0	96,0
SS	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	10	10,0	10,0	10,0
N	20	20,0	20,0	30,0
S	60	60,0	60,0	90,0
SS	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
N	23	23,0	23,0	32,0
S	58	58,0	58,0	90,0
SS	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

VARIABEL Y

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7,0	7,0	7,0
N	20	20,0	20,0	27,0
S	62	62,0	62,0	89,0
SS	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	10	10,0	10,0	10,0
N	11	11,0	11,0	21,0
S	72	72,0	72,0	93,0
SS	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,0	8,0	8,0
	N	25	25,0	25,0	33,0
	S	58	58,0	58,0	91,0
	SS	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,0	8,0	8,0
	N	20	20,0	20,0	28,0
	S	58	58,0	58,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7,0	7,0	7,0
	N	28	28,0	28,0	35,0
	S	53	53,0	53,0	88,0
	SS	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية
 FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonosos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII.I/PP.00.9/4455/2020 Pekanbaru, 28 Desember 2020 M
 Sifat : Biasa 13 Jumadil Awwal 1442 H
 Lampiran : -
 Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
 Yth. **Riki Hendri Malaw, SE, MM**
 Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Muhammad Ifnudin
 NIM : 11671102168
 Jurusan : Manajemen
 Semester : IX (Sembilan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/menyusun skripsi dengan judul: "**Analisis Variasi Produk Dan Selling Skill Terhadap Volume Penjualan Bingkai Foto Pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudara sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

an. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik dan
 Pengembangan Lembaga,



Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS, SE, M. Si, Ak, CA
 NIP. 19751112 199903 2 001

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



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



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية

FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/4387/2020
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : **Izin Riset**

Pekanbaru, 22 Desember 2020 M
 7 Jumadil Awwal 1442 H

Kepada
 Yth. Pimpinan Toko Terminal Foto Suply Pekanbaru
 Komplek MTC Giant Panam
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Muhammad Ifnudin
 NIM. : 11671102168
 Jurusan : Manajemen
 Semester : IX (Sembilan)

bermaksud mengadakan **Riset** dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: "**Analisis Variasi Produk Dan Selling Skill Terhadap Volume Penjualan Bingkai Foto Pada Toko Terminal Foto Suply Pekanbaru**". Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

Dekan.



Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
 NIP. 19620512 198903 1 003



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

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Handi Candra
Jabatan : Manager Toko
Nama Toko : Terminal Foto Supply
Alamat : JL. HR. Soebrantas Komplek MTC Giant Panam
Pekanbaru.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Ifhudin
Nim : 11671102168
Fak./ Jur. : Ekonomi dan Ilmu Sosial/ Manajemen Pemasaran
Universitas : Universitas Islam Negeri Riau

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul: **“ANALISIS VARIASI PRODUK DAN SELLING SKILL TERHADAP VOLUME PENJUALAN BINGKAI FOTO PADA TOKO TERMINAL FOTO SUPPLY PEKANBARU”**, sejak Oktober 2019 sampai dengan Juni 2020.

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

Pekanbaru, 26 Januari 2021
Manager Toko



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Muhammad Ifnudin lahir di desa sukajadi, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau, 24 September 1997. Anak pertama dari dua bersaudara. Lahir dari pasangan bapak misri dan ibu poniah. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di sekolah Sekolah Dasar Negeri 11 bukit batu Kecamatan bukit batu dan selesai pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan Tingkat Menengah Pertama di Sekolah SMP N 3 BUKIT BATU sampai tahun 2012. Pada tahun 2012 penulis melanjutkan Pendidikan Tingkat Menengah Atas di Sekolah Menengah Atas 2 Kecamatan bukit batu Kabupaten bengkalis dan dinyatakan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2016 Penulis melanjutkan Studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial untuk meraih Gelar Sarjana dalam Jenjang Strata Satu (S1). Pada tahun 2019 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Notaris H. SUYONO S.H.MK.n Kampar. Kemudian pada tahun yang sama penulis juga melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kabupaten bengkalis Kecamatan bukit batu. di KKN tersebut saya diamanahkan Menjadi ketua koordinator desa di Desa pangkalan jambi.