© 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.

PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE FOU FOU AIR TIRIS DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat
guna memperoleh gelar sarjana
Ekonomi syariah (SE)

UIN SUSKA RIAU

DISUSUN OLEH :

FEBRI HARDI PUTRA
NIM: 11820514867

PROGRAM S1
EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2022 M/1443 H

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul **"PENGARUH HARGA, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE FOU FOU AIR TIRIS DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH"** yang ditulis oleh :

Nama	: FEBRI HARDI PUTRA
NIM	: 11820514867
Program Studi	: EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan di setujui untuk diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pembimbing Materi	Pembimbing metodologi
Rozi Andrini, M.E	H. Muhammad Abdi Almaktsur. MA
NIP. 19940502 2018 2002	NIP. 19720701 199803 1003

UIN SUSKA RIAU

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

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **"PENGARUH HARGA, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE FOU FOU AIR TIRIS DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH"**, yang ditulis oleh :

Nama	: Febri Hardi Putra
Nim	: 11820514867
Program Studi	: Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal	: Kamis, 09 juni 2022
Waktu	: 13:00 WIB
Tempat	: Ruang sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 15 Juni 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

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

Sekretaris
Syamsurizal, SE, M.Sc. Ak. .....

Penguji I
Bambang Hermanto, M.Ag. .....

Penguji II
Hairul Amri, M.Ag. .....

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

KEMENTERIAN AGAMA UIN SULTAN SYARIF KASIM FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 197410062005011005

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Febri Hardi Putra
NIM	: 11820514867
Tempat/ Tgl. Lahir	: Tanjung, 01- Februari-2000
Fakultas	: Syariah dan Hukum
Prodi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:

Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya besedia menerima sanksi sesuai peraturan peraturan perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 29 mei 2022
Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL
37DE7AJX889910051

Febri Hardi Putra
NIM : 11820514867

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.

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

ABSTRAK

Febri Hardi Putra (2022) : Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena yang terjadi di Cafe Fou Fou Air Tiris yaitu terjadi peningkatan pendapatan dan peningkatan jumlah kunjungan konsumen disamping banyaknya Cafe lain yang tutup atau tidak bertahan lama dan Cafe Fou Fou meletakkan harga murah dan menjual produk yang berkualitas serta lokasi yang sangat strategis. Permasalahan dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris ditinjau menurut ekonomi syariah.

Penelitian ini dilakukan pada Cafe Fou Fou Air Tiris, populasi dalam penelitian ini adalah Kunjungan konsumennya 54.900, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang diambil dari rumus slovin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Selanjutnya penulis menganalisa data menggunakan kuantitatif dengan menggunakan analisis data validitas dan realibilitas dan asumsi klasik, dengan menggunakan SPSS 25.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou dengan hasil Koefisian determinasi sebesar 51,7%. Sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sehingga Ha diterima dan Ho ditolak.

Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris secara umum telah sesuai dengan prinsip Islam yaitu menetapkan harga tidak merusak harga pasar, produk yang dijual merupakan produk halal dan baik, serta lokasi strategis dan dekat dengan sarana ibadah.

Kata Kunci : *Harga, Produk, Lokasi, dan Keputusan pembelian*

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

KATA PENGANTAR

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahi Rabbil ‘alamiin segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam, yang senantiasa memberikan kesabaran, kesehatan, kesempatan dan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya. Shalawat dan salam senatiasa diahadiahkan buat baginda Rasulullah SAW, yang telah mengeluarkan umatnya dari alam kebodohan kealam yang berilmu pengetahuan untuk dapat mengarungi kehidupan baik di dunia maupun di akhirat.

Skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE FOU FOU AIR TIRIS DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH” merupakan karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan kekurangan, apabila terdapat tedapat kebenaran dalam skripsi ini maka itu berasal dari Allah SWT. Namun apabila dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datang nya dari penulis sendiri. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat

membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan bagi penulis dikemudian hari.

Dalam kesempatan ini, penulis berterimah kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :

1. Untuk yang teristimewa buat Ayahanda BAHARUDDIN dan Ibunda SRIMASTUTI yang telah membesarkan, mendidik, mengayomi serta mendo'akan peneliti dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi, sekaligus memberi dukungan moril maupun materi serta semangat untuk menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh civitis Akademik UIN SUSKA Riau
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum.
4. Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Muhammad nurwahid, M.Ag dan bapak Syamsurizal, SE, MSc, Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
6. Ibu Rozi Andrini, M.E dan Bapak H. Muhammad Abdi Almaktsur, MA selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi sistematika penulisan dan mengorbankan dan meluangkan waktunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

7. Ibu Dr. Jennita ,SE. MM selaku penasehat Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu dosen dan karyawan karyawati Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik yang membantu penulis selama perkuliahan dan Kepada Bapak Ibu pengelola Perpustakaan UIN Suska Riau, terima kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.
9. Kepada seluruh pihak Cafe Fou Fou kelurahan Air Tiris yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.
10. Kepada perpustakaan UIN SUSKA dan stafnya terimakasih atas peminjaman buku yang dijadikan sebagai referensi bagi penulis.
11. Sahabat-sahabatku dan teman-teman kosku yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Tak lupa teman seperjuangan Ekonomi Syariah G angkatan 18 terimakasih dan semoga sukses untuk kita semua.
13. Dan terimakasih untuk diri sendiri yang telah berjuang dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Dan juga untuk semua yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya yang telah membantu menyukseskan skripsi ini, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dan perkulihan ini.

Atas semua dukungan yang diberikan oleh semua pihak, penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih dan mendoakan agar memberikan balasan yang setimpal dan menjadi amal jariyah hendaknya.

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

Harapan penulis nantinya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis sendiri, dan untuk memperluas khasanah pengatahuan bagi kita semua. Amiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 13 Maret 2022

Penulis

FEBRI HARDI PUTRA
NIM. 11820514867

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

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 6
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan dan Manfaat penelitian 7
E. Sistematika Penulisan 7
BAB II KAJIAN PUSTAKA **9**
A. Kerangka teori 9
1. Keputusan Pembelian 9
2. Harga 14
3. Produk 21
4. Lokasi 26
5. Pemasaran 29
B. Defenisi Operasional 31
C. Kerangka Pemikiran 32
D. Hipotesis 34
E. Penelitian Terdahulu 34
BAB III METODE PENELITIAN **41**
A. Lokasi Penelitian 41
B. Subjek dan Objek 41
C. Jenis Penelitian 42
D. Popoulasi dan Sampel 42
E. Sumber Data 44
F. Teknik Pengumpulan data 44
G. Teknik Analisis Data 46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 52
A. Sejarah Singkat Berdirinya Cafe Fou Fou Air Tiris..... 52
B. Karakteristik Responden 53
C. Teknik Analisis Data..... 55
a. Uji Instrumen Penelitian 55
1. Uji Validitas 55
2. Uji Reliabilitas 56
b. Uji Asumsi Klasik 57
1. Uji Normalitas..... 57
2. Uji Multikolinieritas..... 59
3. Uji Heterokedasitas 60
c. Uji Regresi Berganda 61
d. Uji Hipotesis..... 62
1. Uji Parsial T 62
2. Uji Simultan F 64
3. Uji Regresi Determinasi(R2)..... 64
D. Pembahasan..... 65
1. Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris 65
2. Tinjauan Ekonomi Syariah Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris 66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 69
A. Kesimpulan 69
B. Saran 69
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

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

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pendapatan Cafe Fou Fou	4
Tabel 1.2	Data Pengunjung Cafe Fou Fou	5
Tabel 2.1	Defenisi Operasional	31
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4	Uji Validitas	55
Tabel 4.5	Uji reliabilitas	56
Tabel 4.6	Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov.....	58
Tabel 4.7	Uji Multikolioniritas	59
Tabel 4.8	Uji Regresi Berganda	61
Tabel 4.9	Uji Parsial/T	62
Tabel 4.10	Uji Simultan/F	64
Tabel 4.11	uji determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 32

Gambar 4.1 Uji Normalitas 57

Gambar 4.2 Uji Heterokedasitas 60

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis Cafe di Indonesia saat ini khususnya di kota-kota besar semakin berkembang pesat, banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha cafe dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan, selaian itu beberapa lokasi di kota kecil bahkan juga banyak bermunculan Cafe. Dengan berkembang pesatnya bisnis Cafe di berbagai wilayah Indonesia, ketika banyaknya Cafe baru yang bermunculan, ini akan meningkatnya persaingan. Cafe yang tidak kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaingnya.[1]

Bisnis Cafe berkembang tidak lepas dari dukungan pemerintah setempat yang mempermudah perizinan mendirikan usaha. Perkembangan bisnis Cafe di Indonesia diakui oleh sekjend asosiasi pengusaha Cafe restaurant Indonesia (Apkrindo) Stevan Lie menyebut pertumbuhan bidang Cafe dan Resto setiap tahunnya naik sekitar 15-20%. Sementara itu, dari sisi jumlah pelaku usaha di bidang ini diperkirakan lebih dari 10.000 cafe di seluruh tanah air.[2]

Peningkatan Cafe dan Resto di Riau juga mengalami peningkatan dan makin menjamur pada tahun 2018 berjumlah 3.300 dan meningkat pada tahun 2020 yang berjumlah 4.052. bukan hanya di Riau saja di Kampar juga mengalami peningkatan Cafe dan Resto pada tahun 2018 berjumlah 118 dan pada 2020

[1]Getsy Azizah Chambali, Skripsi*: Analisis Preferensi Konsumen pada Pengunjung Eazy Coffee jombang*, Sekolah Tinggi Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara, 2021), h. 1

[2]https://www.kafekolong.com/pertumbuhan-bisnis-kafe-15-20-setiap-tahun. Diakses 28 Desember 2021

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

mengalami peningkatan yang berjumlah 133 Cafe dan Resto.[3] Dengan begitu tingkat persaingannya pun meningkat. Tingkat persaingan yang ketat inilah yang membuat pemain dalam bisnis Cafe memikirkan strategi guna memenangkan persaingan.

Dalam mengunjungi Cafe konsumen tidak hanya mencari produk saja berupa makan dan minuman, tapi juga menginginkan pengalaman yang berbeda. Sehingga pelaku bisnis harus mampu memberikan pengalaman tersebut dengan cara menerapkan strategi marketing. Dimana mereka harus mampu memberikan sensasi dan menyentu emosi dan konsumen.

Dalam stategi marketing yaitu dilihat dari segi harga, harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan. Penerapan penetapan harga akan sengat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam. Tujuan strategi penetapan harga perlu ditentukan terleboh dahulu, agar tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan tercapai. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil yaitu : memperoleh harga maksimum, mendapatkan shere pasar tertentu, memerah pasar (*market skimming*), mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum mencapai keuntungan yang ditargetkan, mempromosikan produk.[4]

Selain harga juga memperhatikan produk, di dalam marketing mix strategi produk merupakan unsur yang yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup

---

[3]Dinas Parawisata Propinsi Riau Source : https://riau.bps.go.id/indicator/16/324/1/jumlah-rumah-makan-restoran.html. Diakses 28 Desember 2021

[4]Prof. DR. Sofjan Assauri, M.B.A, *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010 , cet. Ke-10, h. 223

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

keputusan tentang acuan/bauran produk (*product mix*), merek dagang (*brand*), cara kemasan produk (*product packaging*), tingkat mutu atau kualitas dari produk, dan pelayan (*services*) yang diberikan. Tujuan strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan.[5]

Selain harga dan produk, satu hal yang benar-benar harus dipertimbangkan adalah lokasi usaha. Cara menentukan lokasi usaha yang strategis akan mempengaruhi kesuksesan usaha yang akan dilaksanakan. Selain itu situasi dan kondisi yang tepat juga akan berperan penting pada produk atau jasa yang akan di tawarkan. Apabila tepat dalam menentukan lokasi usaha, tentu hal tersebut akan akan memberikan dampak positif bagi usaha itu sendiri seperti meningkatnya pendapatan usaha dan sebagainya.[6]

Keputusan pembelian adalah kunci prilaku konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubung dengan konsumsi produk dan jasa yang di butuhkan. Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak.[7]

Sejalan berkembangnya dunia usaha, khususnya disektor usaha kuliner yang semakin banyak di berbagai kota besar, usaha kuliner baik itu restoran atau Cafe, terus menjamur karena terdapat banyak peluang. Di kelurahan Air Tiris di Kecamatan Air Tiris Kabupaten Kampar berdiri sebuah Café yang bernama Cafe

---

[5] *Ibid*, h. 200

[6] Dwi Indra Lasmana, *Pengaruh Pemilihan Lokasi Usaha terhadap Kesuksesan Jasa Makro di Jalan juanda Samarinda*, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.Vol 7, No 1 (2018). dwiindralasmana@gmail.com

[7] Usman Efendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), Cet. Ke-1, h.249

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

Fou Fou, setelah berjalan 3 tahun yang berdiri di tahun 2019 dan perkembangan usahanya diminati oleh konsumen. Cafe Fou Fou dibuka pada pukul 10.00-00.00 WIB. Cafe Fou Fou dimiliki oleh Feri Irawan, Cafe ini menyediakan aneka minuman dan makanan.

Dilihat saat ini banyak tempat anak muda menghabiskan waktu mereka di kedai-kedai atau Cafe, seperti halnya di Cafe Fou Fou banyak anak smp, sma serta mahasiswa menghabiskan waktunya disana sekedar kumpul bersama teman, membahas seputar kampus dan lainnya. Bukan hanya kalangan muda yang suka pergi ke Cafe atau tempat nonkrong akan tetapi semua kalangan muda memilih Cafe sebagai tempat menghabiskan waktu serta bersantai. Dengan harga yang ditawarkan tidak mahal, serta menu-menu yang bermacam di Cafe Fou Fou tersebut membuat konsumen kembali lagi berkunjung.

Untuk mengetaui pendapatan pada Cafe Fou Fou dapat dilihat pada data pendapatan di Cafe Fou Fou tardapat pada tabel di bawah yang mana pada tabel diperoleh data pendapatan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data Pendapatan Cafe Fou Fou Tahun 2019-2020

No	Tahun	Jumlah pendapatan (Rp)
1	2019	Rp. 360.000.000
2	2020	Rp. 480.000.000

Sumber : Cafe Fou Fou, 2021

Berdasarkan data di atas, pendapatan pada Cafe Fou Fou dapat diketahui bahwa pendapatan pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp.360.000.000, dan

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

pendapatan pada tahun 2020 meningkat sebesar 480.000.000. Cafe Fou Fou mendapatkan keutungan yang dibilang cukup besar, perharinya Cafe Fou Fou mendapatkan keuntungan perharinya yaitu Rp. 600.000 s/d 700.000.dan Cafe Fou Fou memliki karyawan yang berjumlah 3 orang karyawan. Harga minuman di Cafe Fou Fou Rp. 5.000-10.000 perporsi, dan harga makanan Rp. 10.000-15.000 perporsi.

Adapun pengunjung pada Cafe Fou Fou dapat dilihat pada tabel dibawah yang mana pada tabel diperoleh data pengunjung dari 2019 hingga 2020 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2

Data pengunjung di Cafe Fou Fou Tahun 2019-2020

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2019	47.580 kunjungan
2	2020	54.900 kunjungan

Sumber : Cafe Fou Fou 2021

Data di atas menunjukkan peningkatan kunjungan di Cafe Fou Fou pada tahun 2019 berjumlah 47.580 dan pada tahun 2020 mengalami peningkatan berjumlah 54.900.

Fenomena yang di dapatkan berkaitan dengan Cafe Fou Fou ini adalah banyak Cafe di Air Tiris yang tidak bertahan atau berjalan lama hanya berselang beberapa bulan Cafe tersebut tutup berbeda dengan Cafe Fou Fou sejalan dengan waktu setiap tahunya Cafe Fou Fou mengalami peningkatan dan bersaing dengan

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

Cafe lain. Dan Fenomena yang lain nya juga di dapatkan di Cafe Fou Fou adalah dari segi harga, alasan membeli di Cafe Fou Fou karena harganya yang sangat murah dibandingkan dengan harga di Cafe lain, dari segi produk, alasan membeli di Cafe Fou Fou karena produk dan kualitasnya sangat baik dan dari segi tempat/lokasi, alasan membeli di Cafe Fou Fou karena lokasinya sangat strategis.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti apa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk di Cafe Fou Fou dan kemudian menuangkan dalam bentuk proposal yang berjudul : **Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.**

B. Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah penelitian ini terfokus kepada pengaruh harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris ditinjau menurut ekonomi syariah periode 2019-2020.

C. Rumusan Masalah

Agar penulis terarah dan efisien dalam mencapai tujuan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga, produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris?

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

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Mengetahui pengaruh harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris ditinjau menurut ekonomi syariah.

b. Mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris.

2. Manfaat Penelitian

a. Hasil penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi prodi ekonomi syariah.

b. Bagi penulis agar menambah wawasan dan dan pengetahuan mengenai harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan pembeli melalui penerapan ilmu yang telah di pelajari selama masa perkuliahan.

c. Bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau kajian-kajian bagi peneliti berikutnya, dan mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan

Untuk melihat gambaran singkat proposal ini, penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab Satu Pendahuluan, Bab ini berisikan, latar Belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab Dua Landasan Teori, Bab ini membahas tentang pemasaran, harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris

menurut ekonomi syariah dan defenisi operasianal, kerangka berfikir, hipotesis dan penelitian terdahulu.

Bab Tiga Metode Penelitian, Bab ini berisikan sejarah singkat dan visi misi Cafe Fou Fou, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab Empat Hasil Penelitian dan pembahasan, Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian tentang pengaruh harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Café Fou Fou Air Tiris dan bagaimana ditinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh harga, prodak dan lokasi terhadap keputusan pembelian di cafe Air Tiris.

Bab Lima Penutup, Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka

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

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Keputuan Pembelian

Stoner mengatakan bahwa keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif. Defenisi ini mengandung tiga pengertian yaitu : ada pilihan atas logika atau pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik dan ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekatkan pada tujuan tersebut.[8]

James F Engel ddk, mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah merupakan hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berprilaku dalam memenuhi kebutuhan. Pengambilan keputusan pembelian berkaitan dengan suatu seleksi yang dilakukan oleh individu untuk menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang tersedia atas sebuah produk yang beraneka ragam dan kebutuhan itu dapat terpenuhi dalam system ekonomi dilakukan dengan aktivitas membeli dengan demikian suatu kebutuhan pada akhirnya akan menimbulkan keputusan pembelian.[9]

Menurut Tjiptono keputusan pembelian, sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat

[8] Usman Efendi. *Op. Cit*. h. 247
[9] Usman Efendi. *Op. Cit*. h. 248

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

memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Menurut kotler dan amstrong keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu :[10]

(1) Faktor budaya, sub budaya, kelas sosial sangat penting bagi prilaku pembelian.

(2) Faktor sosial, prilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi faktor sosial diantaranya kelompok acuan, keluarga peran dan status.

(3) Faktor pribadi, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi antaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup , serta kepribadian dan konsep diri pembelian.

(4) Faktor psikologis, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Kotler dan Amstrong mengemukakan keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut :[11]

a) Pilihan produk

Sebelum melakukan keputusan pembelian seorang konsumen selalu memilih apa nama merk dari produk tersebut dan dari mana produk tersebut dibuat.

---

[10] Elly Rahayu, *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran*, Progrm Studi Sistem Informasi, STMIK Royal, Kisaran, February (2018), I (1):1-12. h.9

[11] Phillip Khotler dan Amstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2016), Edisi ke-13, jilid 1. h. 188

b) Pilihan penyalur

Sebelum menentukan keputusan pembelian para konsumen juga biasanya akan menilai siapa penyalur barang atau produk tersebut.

c) Waktu pembelian

Seorang konsumen akan menentukan waktu pembelian apabila barang yang dibutuhkan atau yang diinginkan dibeli oleh konsumen tersebut.

d) Jumlah pembelian

Konsumen akan memutuskan jumlah pembelian apabila konsumen tersebut sudah membuat keputusan pembelian suatu barang atau produk suatu perusahaan.

e) Metode pembayaran

Setiap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen uang adalah alat tukar untuk mendapatkan produk tersebut.

Keputusan pembelian dalam Islam, dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen akan melalui beberapa tahapan sebelum menentukan apa yang yang akan ia beli, dan konsumen tentunya akan dihadapkanakan dengan dua alternatif atau lebih yang nantinya konsumen akan memilih salah satu dari alternatif tersebut yang menurutnya tepat dan selanjutnya akan membuat keputusan pembelian. Yang mana sejalan dengan firman Allah SWT dalam surah Ali-Imran ayat 159 :

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

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

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :*Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting).Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah.Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.*[12]

Dalam ayat ini Nabi Muhammad SAW berbudi pekerti yang halus, berhati lunak lembut dan penyayang kepada umatnya. Oleh sebab itu berduyun-duyun manusia masuk agama Islam yang dibawanya. Dalam pada itu ia tidak lupa bermusyawarah dengan mereka tentang pekerjaan yang bersangkut paut dengan urusan negeri, seperti dalam peperangan dan sebagainya. Setelah nabi bermusyawarah dengan mereka dan telah sempurna alat perkakasnya, baharulah ia mengerjakan pekerjaan itu, sambil menyerahkan diri kepada Allah. Maka agama islam telah lebih 1000 tahun lamanya menyuruh bermusyawarah dengan orang-orang cerdik pandai tentang urusan dalam negeri seperti parlamen masa sekarang suatu bukti, bahwa agama Islam, agama yang sesuai dengan zaman modern ini.[13]

---

[12] Qur'an Kemenag, Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diglat KementrianAgama RI

[13] Muhammad Yunus, *Tafsir Qur'an karim*, (Jakarta, PT Hidakarya Agung, 2004), Cet. Ke-73, h.94-95

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.
© Hakcipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Adapun hadist yang diriwayatkan Ibnu Majah dan dari Abu Hurairah, dari Nabi SAW bahwa beliau pernah bersabda:

حَدَّثَنَا ابْنِ الْمُسَنَّى حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ أَبِى بُكَيْرِ حَدَّثَنَا شَيْبَانُ عَنْ اَبْدِ الْمَلِكِ بْنِ عُمَيْرٍ عَنْ أَبِي سَلَمَةَ عَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ قَلَ قَلَ رَسُوْلُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اَلْمُسْتَسَارُ مُؤْتَمَنٌ

Artinya : telah menceritakan kepada kami *Ibnul Mutsanna* berkata, telah menceritakan kepada kami *Yahya bin Abu Bukair* berkata, telah menceritakan kepada kami *Syaiban* dari *Abdul Malik bin Umair* dari *Abu Salamah* dari *Abu Hurairah* ia berkata, “Rasulullah SAW bersabda,”Orang yang diajak bermusyawarah itu terbebani amanah”.[14]

Dalam membuat keputusan hal yang harus dilakukan adalah melakukan musyawarah atau saling betukar informasi kepada orang lain, barulah selanjutnya membulatkan tekad dan membuat keputusan yang baik serta dilandasi dengan sikap tawakkal kepada Allah, dalam antrian menyerahkan segala urusan dan hasil dari usaha yang dilakukan hanya kepada Allah karena yang mengetahui hal yang pasti hanya Allah SWT. Mungkin apa yang telah kita putuskan sudah benar menurut kita akan tetapi Allah lebih mengetahui yang pasti dan yang terbaik untuk hambanya. Oleh karna itu, sekalipun seseorang

[14]Al-Alamiyah, Abu Dawud, Hadist No. 4463, Kitab: Bab-Bab Tidur, Bab : penjelasan tentang Bermusyawarah.

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

menganggap bahwa pikirannya benar, keputusan tepat, dia haruslah bersedia dikritik akan kebenaran keputusan yang telah diambilnya.

Al-qur'an dan hadist sudah memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi manusia jadi terarah dan agar manusia juga dijauhkan dari sifat yang hina kepada prilaku konsumsinya. Prilaku konsumsi agar prilaku konsumsi sesuai dengan ketentuan dari Allah SWT dan juga Rasul-nya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera di dunia dan diakhirat nanti.[15]

2. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang dan jasa yang dinyatakan dalam suatu moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya yang berupa barang dan jasa. Menurut Dolan dan Simon, harga adalah sejumlah uang atau jasa tau barang yang ditukarkan pembeli untuk bareneka produk atau jasa yang disediakan penjual dan menjadi pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selai itu harga adalah salah satu faktor penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak.[16]

Tujuan penetapan harga, dalam menetapkan harga, perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu tujuan dari penetapan harga. Semakin jelas tujuannya maka semakin mudah harga ditetapkan. Pada dasarnya, tujuan

[15] Muhammad Hidayat, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), h. 230
[16] Veithzai Rivai Zainal, Nurul Huda dan Sri Wandayuli Rastuti, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2018), Cet. Ke-1. h.464-465

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

penetapan harga dapat dikaitkan dengan laba atau volume tertentu. Tujuan ini harus selaras dengan pemasaran yang dikembangkan dari tujuan perusahaan secara keseluruhan. Harga bersifat fleksibel sehingga bias disesuaikan.[17]

Tujuan penetapan harga sebagai berikut :[18]

1. Tujuan berorientasi pada laba

   Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memberi harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global kondisi yang dihadapi semakin kompleks dan semakin banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, sehingga tidak mungkin suatu perusahaaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

2. Tujuan beriorentasi pada volume

   Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objective. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar. Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan penerbangan.

---

[17] *Ibid*, h.487

[18] Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), Cet. Ke-2. h.148-149

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

3. Tujuan berorintasi pada citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga.Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*).

4. Tujuan stabilisasi harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka.Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu.

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat pula diterapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

Alma memberikan penjelasan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menetapkan kebijaksanaan harga yaitu :[19]

1. Memilih tujuan penetapan harga
2. Menentukan permintaan
3. Memperkirakan biaya
4. Menganalisis harga dan penawaran pesaing

[19] Suri Amelia dan M. Oloan Asmara Nst, *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiomi di Kota Langsa*, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 6, NO. 1, Mei 2017. h. 662-663

5. Memiliki metode penetapan harga
6. Memilih harga akhir.

Menurut khotler, indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga

Haga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian, konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk untuk produk tertentu

Biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.

3. Daya saing harga

perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

Dasar hukum penetapan harga, dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, dalam islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, namun harus menerapkan keadilan dan kejujuran di setiap kegiatan

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

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

ekonomi. Seperti dalam firman Allah SWT dalam Qur'an Surat An-Nisa Ayat 29 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya :*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.(Q.S. An-Nisa Ayat 29)*[20]

Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil, yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada lahiriahnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum syar'i, tetapi diketahui Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba. Kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka, yang terjadi dengan saling meridhai penjual dan pembeli.[21]

Dan Allah juga berfirman dalam Q,S Asy-syu'araa' ayat 183 :

وَلَا تَبۡخَسُواْ ٱلنَّاسَ أَشۡيَآءَهُمۡ وَلَا تَعۡثَوۡاْ فِي ٱلۡأَرۡضِ مُفۡسِدِينَ ١٨٣

[20] Qur'an Kemenag, Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diglat Kementrian Agama RI

[21] Abdullah, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, (Bogor, Pustaka Imam asy-Syafi'I, 2001), Cet. Ke-1, h.280-281

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

Artinya : *Janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.*[22]

*Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya,"*yaitu janganlah kalian mengurangi harta-harta mereka. "*Dan janganlah kamu merajalela dimuka bumi dengan membuat kerusakan*," yaitu menjadi perampok.[23]

Adapun dalam hadis Rasulullah Saw, dijumpai dari beberapa riwayat yang menurut kesepakatan ulama fiqih adalah al-maslahah al-mursalah (kemaslahatan). Rasulullah Saw bersabda :

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ غَلاَ السِّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُوْلِ فَقَا لَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْسَعِرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّيْ لَأَرْجُوْ أَنْ أَلْقَ رَبِّيْ االلَّهِ صلَّا االلَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوْا يَا رَسُوْلَ اللَّهِ غَلاَ السِّعْرُ لَناَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطِلُبُنِيْ بِمَظْلَمَةٍ فِيْ دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : Dari *Anas bin Malik,* ia berkata *:* Orang-orang berkata, wahai *Rasulullah,* harga telah naik, maka tetapkanlah hanga untuk kami. Lalu *Rasulullah SAW* bersabda, *sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari*

[22] Qur'an Kemenag, Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diglat Kementrian Agama RI

[23] Abdullah, *Op,Cit.* h.178-179.

kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta. (HR. Au Dawud)[24]

Dalam teori harga dalam islam pertama kali terlibat dalam hadist yang menceritakan bahwa ada sahabat yang mengusulkan ke nabi untuk menetapkan harga pasar, Rasulullah SAW menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga dipasar tidak boleh ditetapkan, karena Allah lah yang menentukannya, sungguh menakjubkan teori Nabi tentang harga dan pasar. Kekaguman itu karna ucapan Nabi SAW, itu mengandung pengertian bahwa harga pasar sesuai dengan kehendak Allah SWT.

Pada masa Khulafah Rasyidin, para Khalifah pernah melakukan intervensi pasar, baik pada sisi *supply* maupun *demend*. Intervensi ini dilakukan para khalifah dari sisi *supply* ialah mengatur jumlah barang yang ditawarkan seperti yang dilakukan Khulafah Umar Ibn Al-Khatab ketika mengimpor gandum dari mesir untuk mengendalikan harga gandum di madinah. Sedangkan intervensi *demend* dilakukan dengan menanamkan sikap sederhanaan menjauhkan diri dari sifat konsumarisme. Intervensi pasar juga dilakukan dengan pengawasan pasar (*hisab*). Dalam pengawasan pasar ini Rasulullah SAW menunjuk Said Ibn Zaid Al-Ash sebagai kepala pusat pasar Mekkah.[25]

[24] Abu Dawud Sulaiman bin al-Asy'ats as-Azdi, *Ensiklopedia Hadist 5: Sunan Abu Dawud, Terj. Mhammad Ghazali dkk*, Jakarta: Almahira, cet. 1, 2013, h.265.

[25] Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Ekorasia, 2004), Cet Ke-1, h. 32

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

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

3. Produk

Produk adalah suatu barang nyata yang dapat terlihat atau berwujud dan bahkan dapat dipegang yang dirancang untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen seperti komputer, mobil, gosok gigi, makanan dan lain-lain. Produk dapat didefinisikan sebagai hasil produksi yang meliputi konsep total. Secara terpadu konsep tersebut meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan dan jaminan.[26]

Produk menurut kotler dan Amstrong yaitu segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.[27]

Produk dapat dibedakan berdasarkan 3 peran produk :[28]

1. Peran mamfaat utama. Peran manfaat dari suatu produk adalah peran berdasarkan keberadaan kegunaan dasarnya. Pengguna fokus terhadap manfaat dasar dari pengguna produk. Manfaat itu biasanya sesuai dengan kegunaan yang sebenarnya.
2. Peran fungsi. Peran fungsi dari suatu produk adalah peran produk berdasarkan rancangan fungsi dasarnya. Dan produk yang tidak berfungsi akan kehilangan manfaatnya.
3. Peran pelengkap. Peran pelengkap dari dari suatu produk adalah produk yang berperan untuk melengkapi produk utama. Produk yang ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan.

[26] Harman Malau. *Op. Cit.* h.31
[27] Philip Kotler dan Amstrong, *Principles of Marketing*, 17th Global Edition, 2018. h. 240
[28] Harman Malau. *Op. Cit.* h. 32

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

Menurut David Garvin dalam Tjiptono produk memiliki delapan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk sebagai berikut :[29]

1. Kinerja, merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli.
2. Fitur atau ciri-ciri tambahan, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Reliabilitas, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan, yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. Serviceability, yaitu meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan, kemudahan direparasi, serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra
8. Kualitas yang dipersepsikan, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Menurut Kotler indikator produk sebagai berikut :[30]

a. Daya tahan produk

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian satu produk sebelum produk itu digantikan atau dirusak.

b. Keistimewaan produk

Persepsi konsumen terhadap keistimewaan atau keunggulan suatu produk.

[29] Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, *OP. Cit*. h. 664

[30] Kotler Philip dan kevin L, Keller, *manajemen Pemasaran*, Global Edition, Pearseon Prentice Hall, Edisi ke-14. 2012. h. 347

c. Keandalan produk

Merupakan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi

Kesesuaian dengan spesifikasi yang sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. Estetika produk

Estetika produk yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.

Produk merupakan barang yang yang di pasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Fase yang harus dipahami oleh seorang marketer dalam membawa sebuah produk meliputi menentukan keunggulan produk (*core benefit*), produk yang sesungguhnya (*actual benefit*), dan mengembangkan produk dengan nilai tambahnya (*augmented product*),. Pijakan yang digunakan oleh marketer muslim dalam memasarkan produk tidak dari Muhammad Saw. Sebagai sosok yang pandai dalam memasarkan produk sesuai kriteria fase diatas serta sangat mengutamakan kualitas produk sebagaimana kriteria yan ditentukan oleh Allah yaitu produk yang halal sebagaimana firman-Nya dalam QS Al-Baqarah ayat 168 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ ١٦٨

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

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

Artinya :*Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*[31]

Setelah Allah SWT menjelaskan bahwasanya tiada sembahan yang hak kecuali dia dan bahwasanya Dia sendiri yang menciptakan, Dia pun menjelaskan bahwa Dia Maha pemberi rezeki bagi seluruh makhluk_Nya. Dalam hal pemberian nikmat, Dia menyebutkan bahwa Dia telah membolehkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, yaitu makanan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya. Dan Dia juga melarang mereka untuk mengikuti langkah-langkah dan jalan syaitan, dalam tindakan-tinda kannya yang menyesatkan para pengikutnya, seperti mengharamkan *bahirah, saibah, wahilah,* dan lain-lainnya yang ditanamkan syaitan kepada mereka pada masa jahiliyah. Sebagaimana yang dijelaskan dalam sebuah hadist yang terdapat dalam kitab Shahih Muslim, yang diriwayatkan dari Iyad bin Hamad, dari Rasulullah SAW beliau bersabda :

يَقُوْلُ اللهُ تَعَالَىٰ : اِنَّ كُلَّ مَالٍ مَنَحْتُهُ عِبَادِي فَحُوَ لَحُمْ حَلَ لٌ -وَفِيْهِ- وَأِنِّى حَلَقْتُ عِبَادِي حُنَفَاءَ، فَجَاءَتْهُمُ الشَّيَاطِيْنُ فَاجْتَا لَتْهُمِ عَنْ دِيْنِهِمْ، وَحَرَّمَتْ عَلَيْهِممَاأَحْلَلْتُ لَهُمْ

Artinya : “Allah Ta’ala berfirman,`sesungguhnya setiap harta yang aku anugrahkan kepada hamba-hambaku adalah halal bagi mereka’. Selanjutnya disebutkan’Dan Aku pun menciptakan hamba-hambaku berada di jalan yang lurus, lalu datang syaitan kepada mereka dan

[31] Qur’an Kemenag, Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang dan Diglat Kementrian Agama RI

menyesatkan mereka dari agama mereka serta mengharamkan atas mereka apa yang telah Aku halalkan lagi mereka".[32]

Abuznaid berpendapat, proses produksi dalam islam adalah bagian dari ibadah kepada Allah. Hal ini cukup berbeda jika dibandingkan dengan pandangan dunia barat. Dalam Islam, proses produksi harus memenuhi ketentuan dalam Islam, yaitu prinsip sah menurut hukum Islam, kesucian, benar adanya, dapat di-delivery-kan, dan ditentukan secara tepat. Terkait dengan dengan prinsip tersebut maka produk yang dipasarkan harus memenuhi ketentuan :

a. Halal, tidak menyebabkan kerusakan pikiran dalam bentuk apapun, tidak menyebabkan gangguan pada masyarakat (imoralitas).
b. Produk harus dalam kepemilikan sebenarnya atau dibawah kekuasaan pemilik.
c. Produk harus diserahkan karena penjualan produk tidak berlaku jika tidak dapat ditunjukkan secara jelas.
d. Objek yang dijual harus dapat ditentukan secara tepat kuantitas dan kualitasnya.[33]

[32] Abdullah, *Op.Cit*. h. 320
[33] Nur Asnawi dan Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah, Teori, Filosofi & Isu Isu Kontemporer*, (Depok : PT Grafindo Persada, 2017), Cet Ke-1. h. 163

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

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

4. Lokasi

Menurut Lamb, pemilihan lokasi yang baik, mrupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi menpunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan.Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut harus dipindahkan atau ditutup.

Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis dan usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sedikitpun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampu labaan sebuah usaha. Disamping itu, keputusan pembelian suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang, perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal.[34]

Menurut Lupiyoadi, lokasi merupakan keputusan yang perusahaan berkaitan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana

[34] Puspa, Permana dan nuryanti, *Pengaruh Harga dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten)*, STIE Bina Bangsa, banten.Vol. 3. No 2 (2017).Bu.ranipuspa@gmail.com. h. 208

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

lokasi yang strategi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.

Menurut Tjiptono, pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:[35]

1. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau. Misalnya, lokasi yang dilalui mudah di jangkau sarana transportasi umum.
2. Visibialitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas menyangkut dua pertimbangan utama berikut:
   a. Banyaknya orang yang lalu lalang biasa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembeli yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
   b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas biasa pula menjadi hambatan
4. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas lokasi adalah salah satu yang paling penting dalam melakukan keputusan pembelian, karena lokasi merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis, dengan memilih lokasi yang strategis.

Menurut Hurriyati ada beberapa indikator lokasi yaitu :[36]

1. Lokasi yang menguntungkan

[35] *Ibid*. h. 209

[36] Wasiman Dkk, *Pengaruh Kualitas pelayanan dan lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua di Kota Batam*, Universitas Putra Batam, Karimun, Stikes Awal Bros Batam, Jurnal Cafetaria, Vol. 1 No. 2, juli, (2020), pp 64-73. h. 6

2. Lingkungan yang mendukung
3. Lingkungan sesuai harapan
4. Akses menuju lokasi
5. Kenyamanan lokasi[37]

Lokasi dalam pandangan islam, rumah sebagai tempat berlindung bagi manusia adalah nikmat besar dari Allah yang seharusnya direnungkan dan di syukuri keberadaannya, sama halnya dengan tempat usaha. Rasulullah bersabda :

أَرْبَعٌ مِنَ الَّسعَا دَةِ الْمَرْ أَةُ الصَّا لِحَةُ وَالْمَسْكَنُ الْوَاسِعُ وَالْجَارُ الصَّالِحُ وَالْمَرْكَبُ الْهَنِيْءُ وَأَرْبَعٌ مِنَ الشَّقَاوَةِ الْجَارُ السُّوْءُ وَلْمَرْأَةُ السُّوْءُ وَالْمَسْكَنُ الضَّيِّقُ وَالْمَرْكَبُ السُّوْءُ

Artinya : "*Ada empat diantara kebahagiaan: istri yang shalihah(baik), tempat tinggal yang luas, tetangga yang shalih(baik), dan kenderaan yang nyaman, ada empat kesengsaraan: tetangga yang buruk, istri yang buruk (tidak Shalihah), rumah yang sempit, dan kenderaan yang buruk"* (HR. Ibnu Hibban)[38]

Memilih tempat usaha yang baik bukan hanya bertujuan untuk kenyamanan diri dan anggota usaha, tapi lebih dari itu, untuk mengusahakan lingkungan pergaulan yang baik bagi anggota usaha, maka untuk tujuan ini wajib bagi setiap usahawan untuk berhati-hati dalam memilih tempat usaha yang ideal bagi diri dan anggotanya, karena itu bagian dari tanggung jawabnya untuk menjaga diri dan anggota usaha dari segala bentuk keburukan.

[38] HR. Ibnu Hibban dalam Shohih-nya (no. 4032), Al-Baihaqiy dalam Syu'bul Iman(9556), Adh-Dhiyaa' Al-Maqdisiy dalam Al-Mukhtaroh (no. 1048). Hadist Ini dinilai Shohih oleh Syu'aib Al-Arna'uth dalam Takhrij Al-Musnad (no. 1445)

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

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

5. Pemasaran

Pemasaran sering diartikan dengan penjualan. Pengertian pemasaran sebenarnya lebih luas dan kegiatan penjualan. Pemasaran tidak hanya meliputi kegiatan menjual barang dan jasa saja, tetapi mencakup beberapa kegiatan lain yang cukup kompleks seperti riset mengenai prilaku konsumen, riset mengenani potensi pasar, kegiatan untuk produk baru, dan kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang dijual.

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran adalah kunci kesuksesan dari suatu perusahaan. William Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial yang dengannya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butukan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.[39]

Pemasaran dikaitkan dengan empat komponen yang dikenal sebagai 4P atau marketing mix yaitu *product* (produk), *princing* (penetapan harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Dengan demikian, marketing mix berkenaan

[39]Prof. Dr.Hm Idris, M.Ag, *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta, Pranadamedia Group, 2015), Cet. Ke-1. h.263-264

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

dengan pengembangan barang, penentuan harga, menyebarkan barang di berbagai tempat dan mempromosikan barang agar dibeli konsumen.

Menurut Swastha dan Irawan, konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi keberlangsungan hidup perusahaan.Cara dan falsapah ini disebut konsep pemasaran (*marketing concept*). Konsep pemasaran tersebut dibuat dengan menggunakan tiga faktor dasar yaitu :

a. Saluran perencanaan dan kegiatan peruhaan harus berosientasi pada konsumen atau pasar
b. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
c. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.[40]

Ada beberapa sikap agar sukses dalam melakukan pemasaran :

Pertama, sabar dalam melaksanakan tugas meskipun selalu mendapat rintangan dan hambatan. Kesabaran sangat penting bagi keberhasilan seseorang karena dengan sabar, ia akan dapat bertahan dalam memperjuangkan usahanya. Allah memerintah agar umat Islam senantiasa sabar dalam menghadapi kehidupan dan sesunggunya Allah bersama dengan orang-orang yang sabar.

Kedua, tekun dan tabah. Ketekunan dan ketabahan merupakan bagian dari *spiritual quotient* yang sangat mendukung keberhasilan seseorang. Orang yang tekun dan tabah akan melaksanakan tugasnya dengan rajin dan tidak mudah

[40]*Ibid*. h.264-265

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

patah semangat meskipun banyak rintangan, hambatan, dan kesulitan yang menghadang.

Ketiga, tidak marah meskipun diperlakukan secara kasar dan bahkan tidak manusiawi. Tidak jarang orang yang yang menawarkan barang atau jasa mendapat perlakuan yang tidak senonoh dari calon pelanggannya. Jika disikapi dengan marah, maka ia tidak akan mendapat pelanggan barang atau jasa yang ditawarkan.[41]

B. Defenisi Operasional

Tabel 2.1

Defenisi Operasional

Variable	Defenisi	Indicator	Skala
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Tjiptono keputusan pembelian, sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu tertentu dan mengavaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan	1. Pilihan produk 2. Pilihan penyalur 3. Waktu pembelian 4. Jumlah pembelian 5. Metode pembayaran	Likert

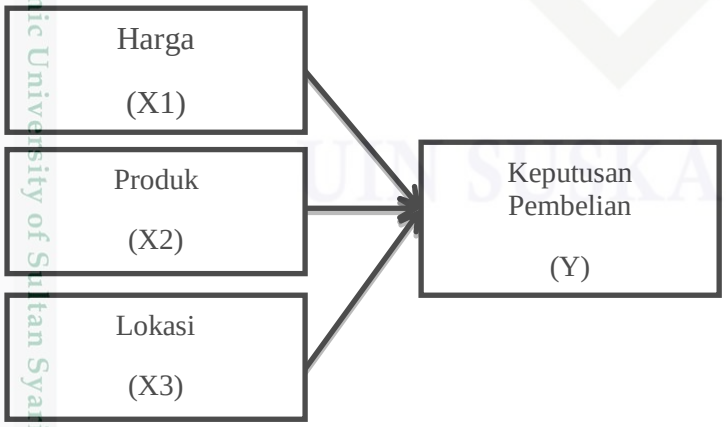
[41] *ibid*, h.266-267

	pembelian.		
Harga (Variable X1)	Menurut dolan dan simon harga adalah sejumlah uang atau jasa atau barang yang ditukarkan pembeli untuk beraneka produk atau jasa yang disediakan penjual menjadi pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	Likert
Produk (Variable X2)	Menurut Kotler dan Amstrong yaitu segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.	1. Daya tahan produk 2. Keistimewaan produk 3. Keandalan produk 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Estetika produk	Likert

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

Lokasi/Tempat (variable X3)	Menurut Lopiyoadi, lokasi merupakan keputusan yang perusahaannya berkaitan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategi.	1. Lokasi yang menguntungkan 2. Lingkungan yang mendukung 3. Lingkungan sesuai harapan 4. Akses menuju lokasi 5. Kenyamanan lokasi	Likert

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

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

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

Pengaruh harga (X1), Produk (X2), dan Lokasi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

D. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah serta mempelajari data-data yang ada maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

Ha : Diduga faktor harga, produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris.

Ho : Diduga faktor harga, produk dan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris.

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

Nama	Tahun	Judul	Hasil penelitian
Wihdah Arina Ariya	2019	Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di loja café purwakarto	Hasil perhitungan menunjukkan bahwa produk, harga dan lokasi dari hasil analisis regresi linear berganda secara simultan berpengaruh

			signifikan terhadap keputusan konsumen di loja café purwakarto.
Dhien Alfath Aulya	2013	Analisis pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (studi pada coffee shop stove syndicate di semarang), fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponogoro semarang	Mencari faktor faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian di stove syndicate, dari produk, harga dan kualitas layanan, dari hasil analisis regresi linier berganda mendapatkan bahwa ketiga variable memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembeli.
Afdhal Anan arifin	2018	Pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian motor Yamaha pada PT.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh harga, produk dan promosi

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

		Surocojaya Abadimotor Cab. Antang	dari hasil analisis regresi linear berganda bahwa variabel tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian motor Yamaha PT. Suracojaya Abadimotor Cabang Antang.
Indah Mulyati	2018	Pengaruh harga, iklan, kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo (studi pada mahasiswa Febi IAIN Batu Sangkar	Dari hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear berganda bahwa secara bersama sama variabel harga, iklan, kualitas produk dapat memberikan pengaruh terhadap

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

			keputusan pembelian.
Jon Carlos wora	2017	Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian layanan internet indosat ooredo	Hasil dari penelitian ini menunjukkan harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang menggunakan layanan internet indosat ooredo.
Eki Febrianti	2020	Pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk rikana cake cabang pekanbaru ditinjau menurut ekonomi syariah	Hasil penelitian ini pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 53,1%

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

			dengan menggunakan analisis regresi berganda dan tinjauan ekonomi islam tentang promosi dan lokasi terhadap keputusan sudah sesuai dengan ekonomi islam.
Ekky Suti Wibisino	2019	Pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Rizki Barokah di Balongbendo	Hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear hasil dari pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian yaitu mempunyai pengaruh yang signifikan.

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

Jumiati Safitri	2020	Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kopi instan nescafe di kecamatan minas kabupaten siak	Hasil ari penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada variabel pengaruh harga dan citra merek dengan menggunakan analisis regresi linear berganda
Tri widodo	2015	Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk indomie	Hasil penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda bahwa lebelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
Marda Rena	2021	Pengaruh harga kualitas	Hasil penelitian ini

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

		makanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada warung lepat bugi asli danau bingkuang kabupaten Kampar	menggunakan analisis regresi berganda secra simultan kualitas makanan dan dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi penelitian

Penulis mengambil lokasi penelitian di Cafe Fou Fou di kelurahan Air Tiris Kecamatan Kampar. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena Cafe ini merupakan salah satu Cafe yang konsumen nya lumayan banyak dan lokasi tersebut dekat dengan peneliti agar lebih mudah untuk mendapatkan data yang di inginkan peneliti.

B. Subjek dan objek penelitian

a. Subjek penelitian

Menurut Amirin subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya yang diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang.[42] Subjek dalam penelitian ini adalah Cafe Fou Fou Air Tiris.

b. Objek penelitian

Menurut Nyoman Kutha Ratna objek adalah keseluruhan gejala yang ada di sekitar kehidupan manusia.[43] Objek penelitian ini adalah pengaruh harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Cafe Fou Fou di Air Tiris ditinjau menurut ekonomi syariah.

---

[42] Muh. Fitrah dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian*, (Jawa Barat : CV jejak, 2017), h. 152.

[43] *Ibid*, h. 156.

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

C. Jenis penelitian

Dalam proses ini menganalisis data penelitian menggunakan analisis kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivismem yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif.[44]

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[45]Jadi populasi dari penelitian ini adalah karyawan/ pemilik Cafe dan kunjungan konsumen Cafe Fou Fou yang berjumlah 54.900 konsumen.

b. Sampel

Sampel merupakan dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah responden adalah dengan menggunakan rumus slovin :

---

[44] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 8

[45] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), h. 96

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

$$n = \frac{54.900}{1+54.900\ (0,01)}$$

$$n = \frac{54.900}{1+5.490}$$

$$n = \frac{54.900}{5.491}$$

$$n = 99,81$$

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : error tolerance

Jadi sampel yang diambil adalah 99,81 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik *accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data.[46]

[46] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metode Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), h.189

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

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

E. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Data primer

Data primer yaitu data yang membuat data umum yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan[47].Data primer khusus dikumpulkan untuk menjawab pernyataan peneliti, data primer diperoleh langsung dari konsumen Cafe Fou Fou.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah merupakan data yang dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan suatu riset tertentu saja.[48]Data sekunder diperoleh dari buku-buku atau literature yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

F. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:[49]

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung dilokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat untuk mengetahui subjek penelitian. Sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang telah terjadi di lapangan.

---

[47] Muri Yusuf, *Metode penelitian*, (Jakarta : Pranadamedia Group, 2019) h. 372.
[48] *Ibid*, h. 37
[49] Suharmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka, 2006), h. 129

b. Wawancara

Wawancara yaitu melakukan wawancara langsung dengan pihak terkait yang bekerja di Cafe Fou Fou di Air Tiris, dan menanyakan pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

c. Angket

Suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mendapatkan respon atas pertanyaan tersebut.

Adapun metode angket yang digunakan yaitu metode angket tertutup, merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket atau daftar pertanyaan yang telah ditentukan pilihan jawabannya.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau atau gejala sosial. Maka dalam penelitian ini hanya digunakan lima ketegori diantaranya :

1. Sangat setuju (SS) dengan skor = 5
2. Setuju (S) dengan skor = 4
3. Netral (N) dengan skor = 3
4. Tidak setuju (TS) dengan skor = 2
5. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor = 1

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

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

d. Dokumentasi

Penelitian menggunakan barang-barang tertulis sebagai sumber data, seperti buku-buku , majalah dokumen peraturan-peraturan dan lain lain.[50]

G. Teknik analisis data

a. Uji instrumen penelitian

1. Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang valid adalah bila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) valid berarti intsrumen dapat digunakan untuk mengukur data yang seharusnya diukur.[51]

Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai corrected item total correlation atau nilai r hitung harus berada di atas 0,3 hal ini dikarenakan jika r hitung lebih kecil dari 0,3 maka item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan dengan item-item pernyataan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid dan sebaliknya jika nilai corrected item total correlation atau nilai r hitung hitung berada di atas 0,3 maka r hitung lebih besar dari 0,3 dan item tersebut memiliki hubungan

[50] Hartono, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta, Nusa Medika, 2011). h. 62
[51] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta). h.

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

yang lebih tinggi dengan item-item pernyataan lainnya dari pada variabel yang di teliti, sehingga item tersebut dinyatakan valid.[52]

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat di percaya atau di andalkan. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seorang item-item pertanyaan di dalam kuesioner, adapun kriteria uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai Cronbach Alpha (α) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dilakukan realibel jika memberikan nilai (Cronbach Alpha > 0.60.[53]

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data untuk semua variabel dalam penelitian ini mengikuti pola distribusi normal atau tidak dan data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika datanya berdistribusi normal maka bias menggunakan metode analisis statistic parametrik, tetapi jika datanya tidak berdistribusi normal maka menggunakan metode statistik non parametrik. Pengujian normalitas dilakukan dengan teknik Kolmogorov-Smimov yang di dukung dengan grafik P-Plot of Regression Standardized Residual dan Jarque-Bera dengan

[52] *Ibid. h. 48*
[53] *Ibid. h. 49*

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

kriteria untuk nilai signifikannya > 0,05. Jika > 0.05 data berdistribusi normal, jika < 0,05 data tidak berdistribusi normal.[54]

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanyamultikolineritas.Jika terjadi multikokolinirietas, maka koefisien regresi tidak dapat ditentukan dan standar error yang ada tidak dapat di definisikan dengan jelas.Uji mutikolineritas dilakukan dengan melihat tolerance value dan variance inflation factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai tolerance value > 0,05 atau VIF < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolienaritas. Bila terjadi multikolinearitas, maka salah satu cara ang dilakukan adalah membuang salah satu variabel.[55]

3. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heterokedastisitas , yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

[54] Yusuf, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), h.226

[55] *Ibid*. h. 227

Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.[56]

c. Uji regresi linear berganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan dari satu variabel, mungkin dua, tiga dan seterusnya variabel bebas (X1,X2,X3..,X_n) namun masih menunjukkan diagram hubungan linear. Penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat menjelaskan karakteristik hubungan yang ada walaupun masih ada variabel yang terabaikan[57]. Selanjutnya melakukan analisis regresi berganda menggunakan rumus yang ditunjukkan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y= a+ b1\ x1+ b2\ x2+ b3\ x3+ e$$

Keterangan :

Y : nilai variabel dependen (keputusan pembelian)

a : nilai garis regresi

X1 : Nilai Variabel Harga

X2 : Nilai Variabel produk

X3 : Nilai Variabel lokasi

e : Nilai residu (Error)

d. Uji Hipotesis

1. Uji parsial (uji T)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial per variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen).

[56] *Ibid*. h. 228

[57] M. Iqbal Hasan, *Pokok Pokok Materi Statistik 1 statistik Deskriptif*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2013), Cet. ke-9, h.269

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

Nilai T yang diperoleh dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada tabel distribusi dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dan df+ n-k, adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut :

1) Apabila T hitung > T tabel atau T value < α maka :
   a. Ha diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan
   b. Ho ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
2) Apabila T hitung < T tabel atau F value > α maka :
   a. Ha ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
   b. Ho diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

2. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Analisis uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan tabel sebelum membandingkan nilai F harus ditentukan kepercayaan dan derajat kebebasan = n (k+1) agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai α sebesar 0,05. Kriteria untuk uji F ini adalah :

1) Apabila F hitung > F tabel atau F value < α maka :
   a. Ha diterima kerana terdapat pengaruh yang signifikan
   b. Ho ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
2) Apabila F hitung < F tabel atau F value > α maka :
   a. Ha ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
   b. Ho diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan[58]

[58] *Ibid*. h. 270

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

3. Uji Regresi Determinasi (R2)

Uji koefisian determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel bebas mampu menjelaskan bersama-sama variabel terikat atau seberapa baik model regresi yang telah dibuat tersebut cocok dengan data. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.[59]

[59] *Ibid*. h. 275

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

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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Keseimpulan

Hasil penelitian pengaruh harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris, dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Pengaruh harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris dengan hasil perhitungan koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,517. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga, produk dan lokasi berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 51%. sedangkan sisanya 48,3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris secara umum telah sesuai dengan prinsip Islam yaitu menetapkan harga tidak merusak harga pasar, produk yang dijual merupakan produk halal dan baik, serta lokasi strategis dan dekat dengan sarana ibadah.

B. Saran

Adapun saran-saran yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Kepada Cafe Fou Fou Air Tiris dapat selalu menetapkan harga terjangkau tanpa mengurangi kualitas produknya, menambah variasi produk dan lokasi dan tempatnya nyaman bagi pengunjung serta dibuat mushola. Semakin

terjangkau harga dan banyaknya variasi produk maka konsumen akan bertahan dan akan meningkatnya pengunjung Cafe tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan perlu untuk menambah atau menggantikan variabel-variabel lainnya. Hal ini agar dapat memperluas penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin akan menghasilkan penelitian yang lebih rinci.

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

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

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdullah, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, Bogor, Pustaka Imam asy-Syafi'I, Cet. Ke-1, 2001.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010.

Al-Alamiyah, Abu Dawud, Hadist No. 4463, Kitab: Bab-Bab Tidur, Bab: penjelasan tentang Bermusyawarah

Alma, Buchari. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta. 2014.

Asnawi Nur dan Fanani Asnan. *Pemasaran Sariah, Teori, Filosofi & Isu Isu Kontemporer*.Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2017.

Arikunto, Suharmi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka, 2006.

Danang Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Caps, 2013.

Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

Hasan, Iqbal. *Pokok Pokok Materi Statistik 1 statistik Deskriptif*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2013.

Hendri Riofita. *Strategi Pemasaran. Pekanbaru* : CV Mutiara Sumatra, 2015

Hidayat, Muhammad. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2010.

HR. Ibnu Hibban dalam Shohih-nya (no. 4032), Al-Baihaqiy dalam Syu'bul Iman(9556), Adh-Dhiyaa' Al-Maqdisiy dalam Al-Mukhtaroh (no. 1048). Hadist Ini dinilai Shohih oleh Syu'aib Al-Arna'uth dalam Takhrij Al-Musnad (no. 1445)

Idris Hm. *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta : Pranadamedia Group, 2015.

Khotler Phillip dan Gery Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga. Edisi ke-13, jilid 1, 2016.

Lukman Hakim. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta : Penerbit Erlangga. 2012.

Mamang, Sangadji, Etta dan Sopiah. *Metode Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010.

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

Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : CV. Alfabeta, 2018.

Takhrij Al-Musnad no. 15372, dan Faidh Al-Qadir 3/302

Fitrah, Muh dan Lutfiyah. *Metodologi penelitian*. Jawa Barat: CV Jejak. 2017.

Philip Kotler dan Keller, kevin L, *manajemen Pemasaran, Global Edition, Pearseon Prentice Hall*, Edisi ke-14, 2012.

Philip Kotler dan Amstrong.*Principles of Marketing, 17th Global Edition*.Jakrata : Erlangga, 2018.

Rivai, Veithzai. Nurul Huda dan Sri Wandayuli Rastuti, *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.

Sukarno Wibowo, Dedi Supridi. Ekonomi Mikro Islam. Bandung : Pustaka Setia. 2013.

Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*.Yogyakarta : Ekorasia. Cet Ke-1. 2004.

Sulaiman, Abu Dawud bin al-Asy'ats as-Azdi, *Ensiklopedia Hadist 5: Sunan Abu Dawud, Terj. Mhammad Ghazali dkk*, Jakarta: Almahira, cet. 1, 2013

Sugiono. *Metode Kuatitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Afabeta, 2010.

Sugiono. *Metode Kuatitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta, 2014.

Sugiono. *Metode Kuatitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta, 2011.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : PT Rajagrafindo persada. 2012.

Yunus, Muhammad. *Tafsir Qur'an Karim*. Jakarta : PT Hidakarya, 2004.

Yusuf. *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.

Yusuf. *Metode Penelitian.* Jakarta : Pranadamedia Group, 2019.

B. Jurnal/Skripsi

Azizah, Gesty, *Analisis Preferensi konsumen pada pengunjung Eazy Coffee jombang*. STIE PGRI Dewantara, 2021.

Lesmana, dwi. *Pengaruh Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro di Jalan Juanda Samarinda*, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, 2018.

Puspa, Permana dan nuryanti, *Pengaruh Harga dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten*, STIE Bina Bangsa, banten, 2017.

Qur'an Kemenag, Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diglat Kementrian Agama RI

Suri Amelia dan M. Oloan Asmara Nst. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiomi di Kota Langsa*, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, 2017.

Wasiman Dkk. *Pengaruh Kualitas pelayanan dan lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua di Kota Batam*, Universitas Putra Batam, Karimun, Stikes Awal Bros Batam, 2020.

C. Website

https://www.kafekolong.com/pertumbuhan-bisnis-kafe-15-20-setiap-tahun. Diakses, tanggal 28 Desember 2021

Dinas Parawisata Provinsi Riau. https://riau.bps.go.id/indicator/16/324/1/jumlah-rumah-makan-restoran.html. Diakses, 28 Desember 2021

UIN SUSKA RIAU

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket

ANGKET

"Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Fou Fou Air Tiris"

Kepada

Bapak/Ibu yang terhormat

Sehubung dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat saya :

Nama : Febri Hardi Putra

Nim : 11820514867

Memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi Angket (daftar pernyataan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata (S1), Jurusan Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Uin Suska Riau Pekanbaru.

Sehubung dengan hal ini, maka kebenaran dan kelengkapan yang Bapak/Ibu berikan akan sangat membantu bagi penulis. Atas partisipasi Bapak/Ibu dalam mengisi daftar pernyataan atau angket ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Febri Hardi Putra

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

Petunjuk Pengisian Angket

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden.
2. Pilih salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan pengalaman yang anda dapatkan sebagai pelanggan pada Cafe Fou Fou pada komponen-komponen Variabel. Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

STS	: Sangat Tidak Setuju	Nilainya 1
TS	: Tidak Setuju	Nilainya 2
N	: Netral	Nilainya 3
S	: Setuju	Nilainya 4
SS	: Sangat Setuju	Nilainya 5

3. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.
4. Identitas Responden
   a. Nama Responden :
   b. Usia :
   c. Jenis Kelamin :
   d. Pekerjaan :

Berilah tanda (√) pada pilihan di bawah ini sesuai menurut pilihan anda :

Harga (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga makanan dan minuman di Cafe Fou Fou terjangkau					
2	Harga di Cafe Fou Fou sesuai dengan kualitas produknya					
3	Harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan Cafe lain					
4	Harga makanan dan minuman di Cafe Fou Fou berdaya saing dengan Cafe lain					

5	Harga makanan dan minuman di Cafe Fou Fou sesuai dengan manfaatnya					

Produk (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Makanan dan minuman di Cafe Fou Fou yang disediakan higienis/sehat					
2	Produk di Cafe Fou Fou lebih istimewa dari pada Cafe lain					
3	Varian Produk yang disajikan di Cafe Fou Fou menarik untuk di coba					
4	Produk di Cafe Fou Fou sesuai dengan spesifikasi atau selera konsumen					
5	Kemasan produk di Cafe Fou Fou estetik atau menarik					

Lokasi (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi menuju Cafe Fou Fou mudah dijangkau					
2	Lingkungan sekitar Cafe Fou Fou mendukung produk yang ditawarkan					
3	Lokasi Cafe Fou Fou mudah dijangkau dengan kenderaan umum					
4	Lokasi Cafe Fou Fou dekat dengan Fasilitas umum					
5	Lokasi Cafe Fou Fou aman dan nyaman					

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

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

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian di Cafe Fou Fou karena harganya terjangkau					
2	Saya melakukan pembelian di Cafe Fou Fou karena produknya bervariasi					
3	Saya melakukan pembelian di Cafe Fou Fou karena lokasi mudah dijangkau					
4	Saya melakukan pembelian di Cafe Fou Fou karena penyalur produknya berkualitas					
5	Saya melakukan pembelian di Cafe Fou Fou pada waktu santai atau malam hari					
6	Saya melakukan pembelian di Cafe Fou Fou karena karyawannya sangat ramah dan sopan					
7	Saya melakukan pembelian di Cafe Fou Fou karna metode pembayarannya mudah					

Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden

No Resp	Harga X1					Total	Produk X2					Total
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	5	4	4	5	4	22	4	3	4	4	4	19
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	5	5	4	3	4	21	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	4	20	4	3	5	4	4	20
5	5	5	5	4	4	24	4	4	5	4	4	21
6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25

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

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

49	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	3	4	20	4	3	4	4	4	19
51	5	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
52	4	3	5	4	4	20	3	4	4	3	4	18
53	5	5	5	4	4	23	4	4	5	4	4	21
54	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18
55	5	4	4	3	4	20	4	4	4	3	3	18
56	4	4	4	3	4	20	4	3	4	4	3	18
57	5	5	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
58	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
59	5	4	4	5	5	22	5	5	5	4	5	24
60	5	5	4	4	4	23	4	4	5	5	4	22
61	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23
62	5	5	5	4	5	23	5	4	5	5	5	24
63	5	4	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21
64	5	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
65	5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	4	19
66	5	5	5	3	4	23	5	4	3	4	5	21
67	5	4	3	5	5	22	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	4	5	23	4	5	5	5	4	23
69	5	5	4	3	4	21	5	4	3	4	5	21
70	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	5	23
71	5	4	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21
72	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
74	5	4	4	5	4	23	5	4	4	4	4	21
75	5	5	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22
76	5	4	4	4	4	22	4	3	4	4	4	19
77	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
78	5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21
79	5	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
80	5	5	3	3	4	21	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
82	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	22
84	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
85	5	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
86	5	5	4	5	5	23	4	5	5	5	4	23
87	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
88	5	5	3	4	4	22	4	3	5	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

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

90	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23
91	5	5	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21
92	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
93	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
95	5	4	4	5	4	22	4	5	5	5	5	24
96	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
97	5	4	4	4	5	22	4	3	5	4	4	20
98	4	4	3	4	5	19	4	2	4	4	4	18
99	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
100	5	4	4	4	4	17	4	4	5	4	4	21

No resp	Lokasi X3					Total	Keputusan pembelian Y							Total
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	6	7	
1	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	4	4	29
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27
3	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	3	4	5	30
4	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	4	4	30
5	5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	4	5	5	31
6	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	4	4	5	31
7	5	3	5	4	5	22	5	5	5	5	5	5	5	35
8	5	5	4	5	4	23	5	4	5	4	5	5	4	32
9	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	4	5	4	31
10	5	3	4	4	5	21	5	5	5	3	4	4	5	31
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
12	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	5	5	5	33
13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
15	5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	5	5	4	32
16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
17	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	3	3	4	24
18	4	5	5	4	4	22	5	5	4	3	4	4	4	29
19	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28
20	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	4	4	31
21	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	27
22	4	5	3	4	5	21	4	4	4	4	4	4	4	28
23	5	3	4	4	5	21	5	5	5	5	5	5	5	35
24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	4	5	33
26	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	5	4	31

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

27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	4	27
28	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	4	4	30
29	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	3	5	5	30
30	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	4	4	31
31	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
32	5	4	4	4	5	22	5	5	5	3	5	4	4	31
33	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	4	4	5	32
34	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	4	4	29
35	5	4	5	5	4	23	4	5	4	4	5	4	4	30
36	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	3	5	4	30
37	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	4	4	29
38	4	3	4	3	5	19	4	4	5	3	4	4	4	28
39	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	4	4	30
40	5	4	4	3	4	20	5	4	5	4	5	4	4	31
41	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	4	4	31
42	4	3	4	4	5	20	5	4	4	3	4	4	5	29
43	4	4	3	4	5	20	5	4	4	4	4	3	4	28
44	4	5	4	3	5	21	4	4	5	4	4	5	5	31
45	4	4	3	3	4	18	5	4	4	4	5	3	4	29
46	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	5	5	32
47	3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	5	4	5	29
48	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	4	5	31
49	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	3	4	5	30
50	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	4	28
51	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	4	4	4	30
52	3	4	4	3	4	18	5	4	4	3	4	3	4	27
53	5	3	4	4	5	21	5	4	4	4	5	4	4	30
54	4	4	5	4	3	20	5	4	4	3	4	4	4	28
55	4	3	4	4	3	18	5	4	4	4	5	4	4	30
56	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	4	4	26
57	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	3	4	4	30
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
59	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	4	33
60	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	5	5	5	33
61	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
62	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
63	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	5	5	32
64	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	5	35
65	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	4	5	32
66	4	3	5	4	5	21	5	5	4	4	5	5	5	33
67	4	5	5	3	5	22	5	4	4	5	5	4	5	32

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

68	5	4	5	3	5	22	4	5	5	5	4	4	3	30
69	5	5	5	4	3	22	5	4	4	4	5	5	5	32
70	3	4	5	3	4	19	5	5	5	4	5	4	3	31
71	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	5	5	31
72	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	5	35
73	5	4	4	3	5	21	5	5	5	5	5	5	5	35
74	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	5	4	5	33
75	5	3	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	5	35
76	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	4	4	31
77	5	4	5	3	5	22	5	5	5	5	5	5	5	35
78	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	3	5	5	33
79	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	3	5	5	32
80	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	4	4	31
81	4	3	4	4	4	19	5	5	5	5	5	5	5	35
82	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	4	4	30
83	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	3	4	4	29
84	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	5	5	35
85	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	3	4	5	32
86	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	5	5	33
87	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
88	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	5	5	5	34
89	5	4	4	3	4	20	5	5	5	5	5	5	5	35
90	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	5	5	5	34
91	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	5	5	33
92	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	4	4	29
93	5	3	5	4	5	22	5	5	5	4	4	5	5	33
94	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	5	35
95	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
96	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
97	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	3	4	5	31
98	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	5	29
99	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	5	29
100	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	3	4	4	29

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

Lampiran 3. Deskriptif Karakteristik Responden

Frequency Table

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	68	68.0	68.0	68.0
	perempuan	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>17	18	18.0	18.0	18.0
	18-30	81	81.0	81.0	99.0
	31-40	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pelajar	14	14.0	14.0	14.0
	mahasiswa/i	39	39.0	39.0	53.0
	Swasta	36	36.0	36.0	89.0
	Guru	4	4.0	4.0	93.0
	belum bekerja	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

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

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

Lampiran 4. Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Harga (X1)

Validitas

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Total
X.1	Pearson Correlation	1	.550**	.403**	.279**	.294**	.623**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	.550**	1	.535**	.163	.329**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.106	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	.403**	.535**	1	.332**	.472**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.4	Pearson Correlation	.279**	.163	.332**	1	.525**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.005	.106	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.5	Pearson Correlation	.294**	.329**	.472**	.525**	1	.569**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.623**	.699**	.753**	.600**	.569**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.749	.760	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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

2. Produk (X2)

Validitas

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Total
X.1	Pearson Correlation	1	.553**	.109	.483**	.613**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.278	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	.553**	1	.363**	.536**	.539**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	.109	.363**	1	.471**	.256*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.278	.000		.000	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.4	Pearson Correlation	.483**	.536**	.471**	1	.538**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.5	Pearson Correlation	.613**	.539**	.256*	.538**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.721**	.819**	.609**	.803**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.795	.801	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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

3. Lokasi (X3)

Validitas

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.151	.244*	.407**	.394**	.689**
	Sig. (2-tailed)		.134	.014	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.151	1	.237*	.261**	.044	.535**
	Sig. (2-tailed)	.134		.018	.009	.665	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.244*	.237*	1	.296**	.291**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.014	.018		.003	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.407**	.261**	.296**	1	.208*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.003		.038	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.394**	.044	.291**	.208*	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.665	.003	.038		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.689**	.535**	.641**	.690**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

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

Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.627	5

4. Keputusan Pembelian (Y)

Validitas

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.344**	.517**	.161	.264**	.257**	.352**	.591**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.110	.008	.010	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.344**	1	.466**	.395**	.311**	.434**	.357**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.517**	.466**	1	.317**	.189	.466**	.232*	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.059	.000	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.161	.395**	.317**	1	.332**	.481**	.337**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.110	.000	.001		.001	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.264**	.311**	.189	.332**	1	.378**	.233*	.624**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002	.059	.001		.000	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.257**	.434**	.466**	.481**	.378**	1	.560**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.352**	.357**	.232*	.337**	.233*	.560**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.020	.001	.020	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.591**	.699**	.663**	.657**	.624**	.772**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

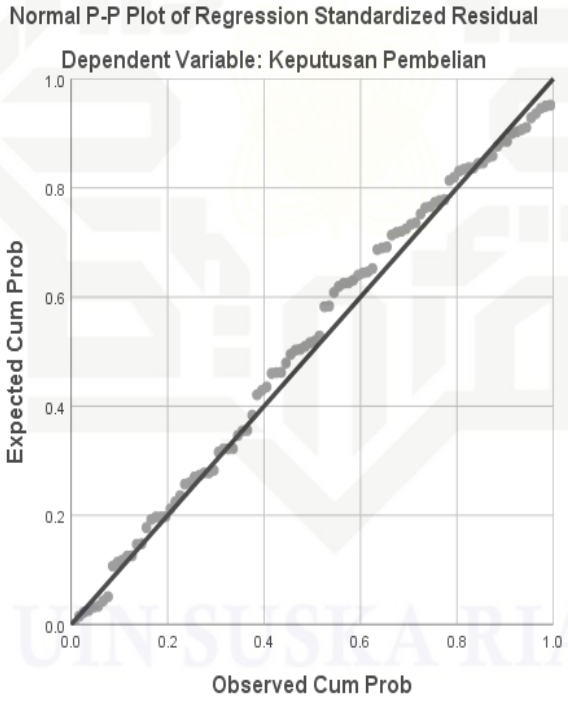
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.785	.791	7

Lampiran 5. 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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

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

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76869351
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.046
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 7. Multikolioniritas

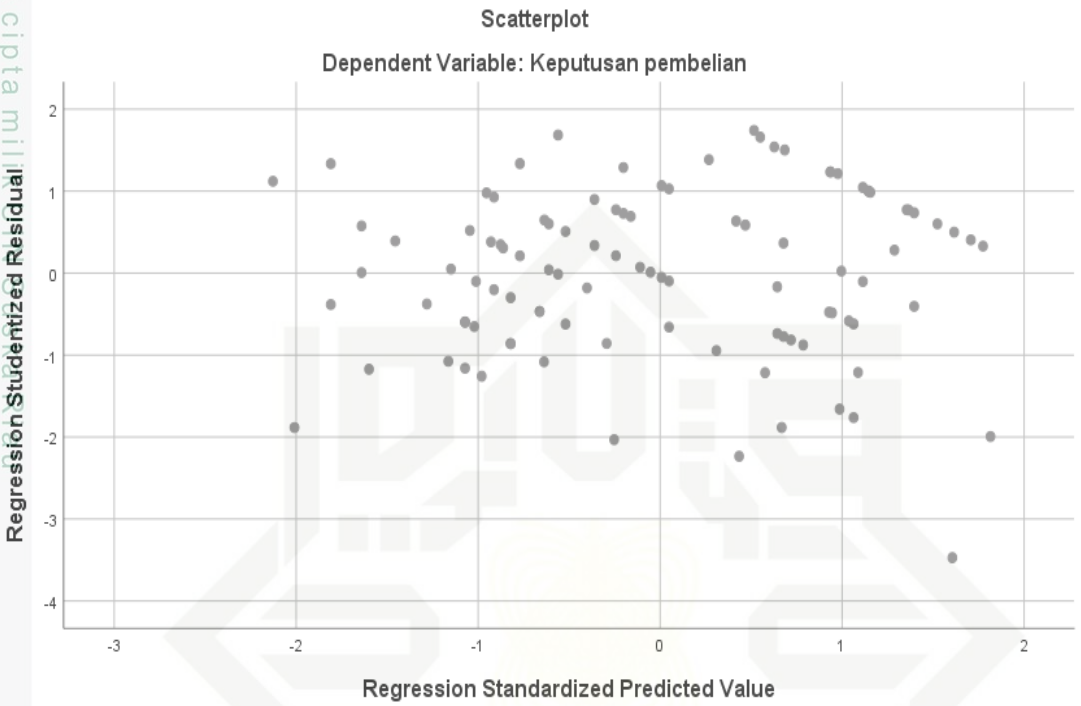
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.710	2.561		2.230	.028		
	Harga	.472	.123	.340	3.849	.000	.624	1.602
	Produk	.300	.103	.272	2.905	.005	.559	1.790
	Lokasi	.395	.124	.269	3.191	.002	.687	1.457

a. Dependent Variable: 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.
© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 8. Heterokedastisitas



Lampiran 9. Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.710	2.561		2.230	.028
	Harga	.472	.123	.340	3.849	.000
	Produk	.300	.103	.272	2.905	.005
	Lokasi	.395	.124	.269	3.191	.002

a. Dependent Variable: 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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Lampiran 10. Uji T

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.710	2.561		2.230	.028
	Harga	.472	.123	.340	3.849	.000
	Produk	.300	.103	.272	2.905	.005
	Lokasi	.395	.124	.269	3.191	.002

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Lampiran 11. Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	351.661	3	117.220	36.336	.000[b]
	Residual	309.699	96	3.226		
	Total	661.360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Produk

Lampiran 12. Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729[a]	.532	.517	1.79612

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Produk

DOKUMENTASI

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

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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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