

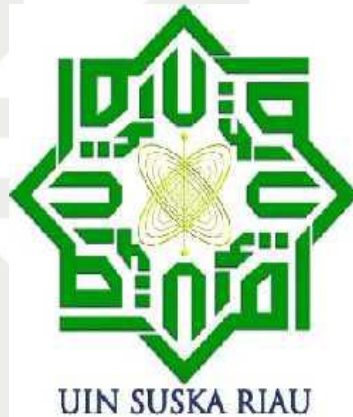
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MINUMAN MEREK “ALFAMART”
CABANG SUTOMO KOTA SIAK DITINJAU
DARI EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

PITRI KURNIA
NIM. 11820524464

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2022 M/1443 H**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Private Label Alfamart Di Jalan Sutomo Kota Siak Ditinjau Dari Ekonomo Islam”** yang ditulis oleh:

Nama : PITRI KURNIA
 NIM : 11820524464
 Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 19 Ramadhan 1443H
 21 April 2022 M

Pembimbing 1 Skripsi

Nurvanti, S.E.I, ME.Sy
 NIK. 130 217 032

Pembimbing 2 Skripsi

Haswir, M.Ag
 NIP. 196911 19603 1 002



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

1. Penelitian yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau hasil penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

1. Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Pitri Kurnia
 NIM : 11820524464
 Tempat/ Tanggal Lahir : Siak Sri Indrapura, 09 Januari 2000
 Fakultas : Syariah dan Hukum
 Prodi : S1 Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi :

”PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN MEREK “ALFAMART” CABANG SUTOMO KOTA SIAK DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM.”

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. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulis Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan peraturan perundang-undangan.

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

Mei 2022
 pernyataan

 Pitri Kurnia
 11820524464



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

ABSTRAK

Pitri Kurnia, (2022):

Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman "Alfamart" Cabang Sutomo Kota Siak Ditinjau Dari Ekonomi Islam

Penelitian berlatar belakang Keputusan Pembelian terhadap Pengaruh harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek "Alfamart" Cabang Sutomo Kota Siak ditinjau dari ekonomi Islam. Rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah Harga dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan Pembelian Produk Minuman Merek 'Alfamart', Bagaimana Praktik Ekonomi Islam Tentang Harga, Promosi, Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek 'Alfamart'. Tujuan Penelitian ini Untuk Mengetahui Harga dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan Pembelian Produk Minuman Merek 'Alfamart', Untuk Mengetahui Praktik Ekonomi Islam Tentang Harga, Promosi, Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek 'Alfamart'.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif yang berlokasi di Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak. Dengan populasi penelitian mengacu pada seluruh pelanggan Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak selama penelitian dilaksanakan, yang mana populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak terhingga atau tidak diketahui, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability Sampling* dimana teknik pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan jumlah sampel yang mengisi kuisioner ini adalah 96 responden. Dengan metode pengumpulan data observasi, kuisioner, dan studi pustaka.

Berdasarkan uji t terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar $0,028 < 0,05$ artinya harga terhadap keputusan pembelian menjelaskan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap Keputusan Pembelian. Dan terdapat pengaruh promosi terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sebesar $0,000 < 0,05$ artinya Promosi terhadap Keputusan Pembelian menjelaskan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Uji koefisien determinasi menggunakan nilai R square diperoleh sebesar 0,230 atau (23,0%) hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 23,0%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 77 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian harusnya sesuai dengan syariat islam, harus sesuai dengan ketentuan ekonomi islam, karna dari segi harga belum sesuai dengan *sharia compliance* yang mereflesikan kebenaran, dan dari segi promosi harusnya harga yang dipromosikan harus sesuai dengan di brousur yang disebarakan.

Kata Kunci :Keputusan Pembelian, Harga, Promosi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang selalu memberikan nikmat kesehatan dan rezki yang banyak kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat beserta salam, penulis kirimkan buat kekasih Allah SWT yakni Nabi besar kita Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang Sutomo Kota Siak Ditinjau Dari Ekonomi Islam”**, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah S1 Falkutas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Proses penulisan dan penelitian skripsi ini sangat banyak bantuan dari pihak-pihak yang luar biasa hebatnya, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, semoga Allah membalasnya dengan lipat ganda atas semua kebaikan dan bantuan, baik itu bantuan yang berbentuk materi dan non materi. Diantaranya penulis ingin sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ayah dan Ibu serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, Ayahanda Bakarudin dan Ibunda Nurhayani dan Abang tersayang Alhilal Hamdi serta adik tersayang Winda Afriani yang selalu Mendoakan selalu memberikan Semangat yang selalu ada di hidup ini banyak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

- memberikan masukan mulai dari pengajuan judul hingga proses skripsi ini selesai.
2. Rektor UIN Suska Riau Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag. Beserta wakil Rektor I,II, dan III yang telah memimpin UIN Suska Riau.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum yaitu Bapak Dr. Zulkifli M.Ag. Beserta Dekan I Bapak Dr. H. Erman, M.Ag. Wakil Dekan, II Bapak Dr. H. Mawardi, M.Si dan Wakil Dekan III Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag yang telah memberikan kemudahan selama penulis lakukan perkuliahan serta proses pengajuan judul skripsi.
4. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag, dan Sekretaris Jurusan Bapak Syamsurizal. SE, M.Sc.Ak, serta staf Jurusan Ekonomi Syariah, yang telah banyak membantu, membimbing penulis selama perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Nuryanti, SE., M.Sy selaku dosen pembimbing I dan Bapak Haswir, M.Ag selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan yang luar biasa, meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu menyelesaikan skripsi penulis.
6. Bapak Ahmad Hamdalah, SE.I, M.E.Sy selaku penasehat akademik yang telah memberikan banyak bantuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
7. Bapak-bapak dan ibuk-ibuk seluruh dosen pengajar Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh pegawai dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

9. Pimpinan Pustaka dan Segenap karyawan yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk mendapatkan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.
10. Terima Kasih untuk diri sendiri yang sudah berusaha selama ini dalam melawan rasa malas selama ini, Terima Kasih Kepada Sahabat Bella Santika, S.E dan Johan S yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
11. Kelas EI D angkatan 2018 dan sahabat tercinta yang tidak bisa disebutkan satu persatu lebih kurang 4 tahun kita sama-sama mengikuti masa perkuliahan dan saling memotivasi memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
12. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis hanya bisa berdoa, semoga Allah SWT membalas amal baik dari pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin ya Rabbal'alamiin.

Pekanbaru, 06 April 2022

Pitri Kurnia
11820524464



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A... Landasan Teori.....	11
1... Pengertian Jual Beli.....	11
2... Rukun dan Syarat Jual Beli.....	12
B... Harga.....	15
1... Pengertian Harga.....	15
2... Strategi Penetapan Harga.....	16
3... Indikator Harga.....	17
4... Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
5... Harga dari Tinjauan Ekonomi Islam.....	19
C... Promosi.....	20
1... Pengertian Promosi.....	20
2... Tujuan Dan Tugas Promosi.....	21
3... Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	22
4... Jenis Promosi.....	24
5... Manfaat Dan Indikator Promosi.....	25
6... Ekonomi Islam Tentang Promosi.....	27
D... Keputusan Pembelian.....	28



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1....Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2....Indikator keputusan Pembelian.....	29
3....Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
4....Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
E... Kerangka Teoritis.....	34
F... Definisi Operasional Variabel.....	36
G...Penelitian Terdahulu.....	38
H...Rumusan Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A...Jenis Penelitian.....	40
B...Lokasi Penelitian.....	40
C...Subjek dan Objek Penelitian.....	40
D...Populasi dan Sampel.....	40
E... Sumber Data.....	43
F... Teknik Pengumpulan Data.....	44
G...Analisis Data.....	45
H...Gambaran Umum PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A...Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	
Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang Sutomo Kota Siak... 68	
1....Karakteristik Responden.....	68
2....Uji Instrumen Penelitian.....	72
a.... Uji Validitas.....	72
b....Uji Reabilitas.....	73
3....Analisis Variabel Penelitian.....	75
4....Uji Asumsi Klasik.....	79
a.... Uji Normalitas.....	79
b....Uji Multikolinearitas.....	83
c.... Uji Heteroskedastisitas.....	84
5....Uji Hipotesis Penelitian.....	85
a.... Uji Regresi Linear Berganda.....	85

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b....Uji-t.....	85
c....Uji-F.....	87
d....Uji Koefisien Korelasi.....	89
e....Uji Koefisien Determinasi.....	90

B...Praktik Ekonomi Ekonomi Islam Tentang Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “ Alfamart”

Cabang Sutomo kota Siak.....	91
------------------------------	----

BAB V PENUTUP..... 98

A...Kesimpulan	98
----------------------	----

B...Saran.....	99
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Perbandingan Harga Produk Minuman Merek Alfamart Dengan Merek Lain.....	6
Tabel 1.2	: Jumlah Konsumen Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak.....	7
Tabel 2.1	: Definisi Operasioanl Variabel.....	36
Tabel 2.2	: Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1	: Koefisien Kolerasi.....	51
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
Tabel 4.5	: Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.6	: Hasil Uji Reabilitas.....	74
Tabel 4.7	: Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	75
Tabel 4.8	: Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	76
Tabel 4.9	: Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4.10	: Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov test.....	80
Tabel 4.11	: Hasil Uji Multikolonieritas.....	83
Tabel 4.12	: Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4.13	: Hasil Uji-t.....	87
Tabel 4.14	: Hasil Uji-F.....	89
Tabel 4.15	: Koefisien Kolerasi Dan Koefisien Determinasi.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian.....	35
Gambar 3.1 : Logo Warna Alfamart.....	55
Gambar 3.2 : Albi Mascot Alfamart.....	56
Gambar 3.3 : Struktur Organisasi Perusahaan PT. Sumber Alfariya Trijaya.....	57
Gambar 3.4 : Struktur Organisasi Toko PT. Sumber Alfariya Trijaya Tbk.....	64
Gambar 4.1 : Normal P-P Plot.....	81
Gambar 4.2 : Grafik Histogram.....	82
Gambar 4.3 : Scatterplot.....	84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 4 : Data Responden
- Lampiran 5 : Surat-surat
- Lampiran 6 : Dokumentasi



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Aktivitas produksi merupakan kegiatan yang merubah bentuk dari bahan baku menjadi barang setengah jadi dan menjadi barang jadi (*input-proses-output*). Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang kegiatannya mendekatkan dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.¹

Penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat – lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi.²Promosi dalam perspektif syariah merupakan merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan.³

¹Ikit, et.al., *Jual beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta :Penerbit Gava Media, 2018),cet. 1, h. 1.

² Ita Nurcholifah, “*Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah.*” *Jurnal Of Islamic Studies*”, Vol. 4, No. 1. (2014). h .80.

³ Lili Suryani, *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan,*” (Yogyakarta :CV Budi Utama, 2015), h. 59.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Ajaran islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya, selama pemenuhan tersebut maka martabat manusia bisa meningkat.

Sebagaimana Firman Allah Swt: QS. Al-Aa'araf :31

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُدُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ
 ؕ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakainmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebihan – lebih. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.⁴

Pemasaran merupakan salah satu fungsi strategis dalam perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, terutama saat persaingan dalam industri menunjukkan intensitas yang semakin tinggi. Pemasaran merupakan ujung tombak bagi eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Banyak perusahaan yang gagal dan bangkrut karena gagal melaksanakan kegiatan pemasarannya secara efektif.⁵

Harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan seorang

⁴ Kemenag RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Bandung : CV. Diponegoro , 2000), h.154.

⁵ Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung : CV Pustaka Setia, cet 1, 2017), h. 29.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pembeli. Namun, pada dekade ini faktor-faktor nonharga dinilai penting. Meskipun demikian, harga masih merupakan salah satu elemen terpenting yang menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan.⁶

Promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan. Promosi sebagai sebuah mekanisme komunikasi, pemasaran, pertukaran informasi antara pembeli dan penjual, guna dari promosi itu sendiri adalah untuk menyampaikan informasi yang perlu diketahui pelanggan dengan memperhatikan hubungan masyarakat yang dapat membangun citra Minimarket Alfamart dimata konsumen⁷

Keputusan Pembelian adalah sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Keputusan tersebut mungkin dapat berupa memilih atau tidak memilih salah satu alternatif yang tersedia. Proses keputusan pembelian dimulai apabila konsumen dalam melakukan persaingan harga. Dengan adanya perbedaan harga antar produk yang diberikan masing-masing perusahaan, memungkinkan konsumen dalam memilih keputusan terbaiknya pada saat melakukan pembelian.⁸

Keterlibatan konsumen yang tinggi dapat menimbulkan dampak bagi produsen atau pemasar untuk mengikuti keputusan konsumen dalam

⁶ Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya, et.al., *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta : ANDI OFFSET, Ed. 1, 2015), h. 128.

⁷ *Ibid.*, h. 223.

⁸ Bety Windi Tondang, “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Pekanbaru”, Jom FISIP, Vol 6. Edisi II, (2019), h. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menetapkan harga, jenis produk dan jumlah produk serta kualitas produk berdasarkan keinginan konsumen, selain itu jika keterlibatan konsumen rendah, konsumen hanya dapat menetapkan keputusan pembelian. Keterlibatan konsumen ini menjadi bagian penting dari penilaian konsumen atas suatu produk⁹.

Perilaku pembelian dari konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dipelajari dan diperhatikan oleh para peritel saat ini. Perilaku adalah proses pengambilan keputusan dan tindakan seseorang dalam pembelian dan penggunaan produk tertentu. Perilaku pembelian konsumen dapat dilihat dari keinginan untuk membeli produk, intensitas dalam pembelian produk. Oleh sebab itu, para peritel (nama seseorang, tempat, atau semua benda dari segala yang dibendakan), harus mampu membuat beberapa strategi yang mampu menarik banyak konsumen untuk percaya terhadap produk yang dibuat dan diedarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.¹⁰

Persaingan yang semakin ketat membuat keberadaan merek menjadi sangat penting, mengingat merek bukan hanya sekedar nama atau simbol tetapi juga satu pembeda suatu produk dari produk lainnya sekaligus menegaskan persepsi kualitas dari produk tersebut. Merek juga memudahkan konsumen menentukan pilihan dan membantu meyakinkan kualitas produk yang dibelinya. Merek adalah sesuatu yang dapat memberi

⁹ *Ibid.*, h. 7.

¹⁰ Geralda Sandrakhs, *Analisis Pengaruh Penilaian Konsumen Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk private Label*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Skripsi (Semarang :2013). h 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

nilai tambah bagi perusahaan, merek sebagai aset non harga menjadi komponen yang sangat penting sebab dengan merek konsumen dapat mengidentifikasi dan membedakan produk yang dihasilkan perusahaan dengan produk kompetitor.¹¹

Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak menyediakan lengkap kebutuhan sehari-hari, seperti Makanan, Minuman dan tersedia lengkap serta fasilitas lainnya seperti pembayaran listrik, pembayaran BPJS kesehatan, pembelian pulsa, dan tersedia ATM. Alfamart juga menjual Produk Minuman Merek Alfamart yang hanya tersedia di gerai Alfamart tersebut. Produk Minuman yang dijual Alfamart dari segi harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan mudah, dari segi promosi pun cukup menarik dan mudah dipahami, Namun belakangan ini penjualan Minuman Merek Alfamart Menurun padahal dari merek lainnya harga yang di tawarkan lebih tinggi dibandingkan produk merek Alfamart.

Untuk lebih jelasnya kita dapat melihat tabel perbandingan harga produk minuman merk Alfamart dengan merek lain , dapat dilihat pada tabel berikut :

¹¹ *Ibid.*, h. 4.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Produk Minuman Merek Alfamart
Dengan Merek Lain

No.	Produk Merek Minuman "Alfamart"	Harga	Merek Lain	Harga
1.	Alfamart Air Mineral (1,5 L)	Rp. 4.500	AQUA Air Mineral (1,5 L)	Rp.6.400
2.	Alfamart Squash Jeruk Botol (525 ml)	Rp.13.200	ABC Squash Delight (460 ml)	Rp.14.000

Sumber : Data Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak, 2022.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat diketahui perbandingan harga antara produk minuman merek Alfamart dengan merek nasional lain, diketahui produk Alfamart air mineral (1,5 L) dengan harga Rp. 4.500 sedangkan AQUA air mineral (1,5 L) dengan harga Rp.6.400, produk Alfamart Squash Jeruk Botol (525 ml) dengan harga Rp.13.200 sedangkan ABC Squash Delight (460 ml) dengan harga Rp.14.000.

Fenomena yang didapat diketahui bahwa dari segi harga, harga produk minuman merek Alfamart jauh lebih murah dibandingkan dengan merek nasional lain. Dari segi promosi, promosi yang dilakukan cukup menarik, melalui brousur, media sosial, internet dan lainnya baik dengan menggunakan media cetak maupun media digital.

Dari pengalaman masyarakat yang membeli Produk Minuman merek Alfamart Mengatakan bahwa: "Saya Pribadi membeli Produk Minuman merek Alfamart karena harga yang lebih murah dan terjangkau dari merek lainnya, Promosi pun yang dilakukan bisa dilihat dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mudah melalui media sosial”.¹² Narusumber yang sama juga menjelaskan bahwa: “Menguntungkan konsumen karena saya bisa mendapatkan barang dengan murah hingga 30% dibandingkan produk berlabel nasional.¹³

Namun belakangan ini jumlah konsumen yang membeli minuman merek Alfamart menurun dari merek lainnya. Untuk lebih jelasnya kita dapat melihat jumlah konsumen pada Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak selama dua tahun terakhir (2020-2021), dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Konsumen Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak
Dari Tahun 2020-2021

Tahun	Jumlah Konsumen
2020	32.640
2021	27.840

Sumber : Data Jumlah Konsumen Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian pada Alfamart, dalam bentuk skripsi berjudul **“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang Sutomo Kota Siak Ditinjau Dari Ekonomi Islam.**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan dan dapat mencapai sasaran yang diinginkan dengan

¹² Mita Anggraini, Masyarakat Sutomo Kota Siak, Wawancara, Siak. 15 Maret 2022.

¹³ Ria Wika Lestari, Masyarakat Sutomo Kota Siak, Wawancara, Siak. 15 Maret 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

benar dan tepat, maka penulis membatasi hanya pada Produk Minuman Merek Alfamart.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Harga Dan Promosi berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang sutomo Kota Siak ?
2. Bagaimana Praktik Ekonomi Islam Tentang Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “ Alfamart” Cabang Sutomo kota Siak ?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui harga dan promosi secara persial memperngaruhi Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang sutomo Kota Siak.
- b. Untuk Mengetahui Praktik Ekonomi Islam Tentang Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “ Alfamart” Cabang Sutomo kota Siak.

2. Manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang akan menikmati atau membaca hasil penelitian ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Berikut beberapa manfaat penelitian:

a. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan ilmu, sebagai referensi peneliti dan mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkan dengan kenyataan yang terjadi serta dapat mengambil manfaatnya untuk kehidupan sehari-hari.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini hendaknya memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangan usaha yang nantinya berguna khususnya untuk kemajuan Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak tersebut.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan skripsi ini, maka penulis membaginya dalam 5 (lima) bab seperti berikut ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas hal-hal yang berkaitan dengan teori dari hasil pengumpulan Data-data Kepustakaan, serta Hipotesis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Sejumlah teori ini nantinya akan mendukung argumentasi penulis, hasil penelitian dan pembahasan serta melengkapi pemecahan masalah yang akan diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi, populasi sampel sumber data teknik pendekatan dan analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang, Lokasi penelitian, Sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan tugas dan wewenang dan menjelaskan hasil dari penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari bab-bab sebelumnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Jual Beli

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.¹⁴

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-mubayadh* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Secara termologi, terdapat definisi jual beli yang dikemukakan ulama fiqh sebagai berikut:

a. Hanafiyah

Menurut Ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).¹⁵

b. Ibnu Qudamah

Menurut Ibnu Qudamah salah seorang Ulama Makiyah dalam kitab *Al-Mugni*: pertukaran harta dengan harta saling menjadikan milik (bentuk pemindahan milik dan pemilikan).¹⁶

¹⁴ Depertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), Edisi IV, h. 589.

¹⁵ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana 2010), Cet. Ke-1, h. 68.

¹⁶ *Ibid.*, h. 68.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c. Imam Nawawi

Menurut Imam Nawawi dalam *Al-Majmu'* : pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.¹⁷

d. Sayyid Sabiq

Menurut Sayyid Sabiq jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan, atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.¹⁸

2. Rukun dan Syarat jual beli

Jual beli merupakan rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli dapat dikatakan sah oleh syara'. Berikut ini rukun dan syarat jual beli:

a. Rukun jual beli

Arkan adalah bentuk jamak dari *rukun*. Sesuatu berarti sisinya yang paling kuat, sedangkan *arkan* berarti hal yang harus ada untuk terwujudnya satu akad dari sisi luar.¹⁹ Rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat Ulama Hanafiyah dengan Jumhur Ulama. Rukun menurut Ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab (ungkapan membeli dari pembeli). Menurut mereka yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (*rida/tara'adhi*) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli.

¹⁷ Rachmat Syafiei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 73.

¹⁸ Abdul Rahman Ghazaly, *Op. Cit*, h. 67.

¹⁹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 28.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Akan tetapi, menurut Ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu sebagai berikut:

- a) Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).
- b) Ada *Sighat* lafal (lafal ijab dan qabul).
- c) Ada barang yang dibeli.
- d) Ada nilai tukar pengganti barang.

Menurut Ulama Hanafiyah, orang yang berakad, barang yang dibeli, dan nilai tukar barang termasuk ke dalam syarat-syarat jual beli, bukan rukun jual beli.²⁰

b. Syarat-Syarat Jual Beli

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan Jumhur Ulama sebagai berikut:

- a) Syarat-syarat orang yang berakad
 1. Berakal sehat, oleh sebab itu seorsng penjual dan pembeli harus memiliki akal yang sehat agar dapat melakukan transaksi jual beli.
 2. Atas dasar suka sama suka, yaitu kehendak sendiri dan tidak dipaksa pihak manapun.²¹
 3. Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda.

²⁰ Nasrun Harun, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 111.

²¹ Suhrawardi K. Lubis, dan Farid Wadji, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2014), h. 144.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b) Syarat yang terkait dalam ijab qabul²².

1. Kedua pelaku akad harus saling bertemu di suatu tempat.
2. Adanya kesesuaian antara ijab dan qabul.
3. Lafazh ijab dan qabul harus menggunakan kata kerja lampau, Seperti perkataan *bi'tu* (aku telah menjual).

c) Syarat-syarat dalam jual beli ada dua bentuk

1. Mensyaratkan setelah habis kepemilikan, seperti orang yang menjual budak wanita atau budak laki-laki dan mensyaratkan bahwa kapan dia dimerdekakan.²³
2. Mensyaratkan suatu syarat yang terjadi pada masa kepemilikan.

Ulama Hanafiyah membagi jual beli dari segi sah dan tidak sahnya menjadi tiga bentuk:²⁴

1. Jual beli *Shahih*, apabila jual beli itu disyaratkan, memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan, bukan milik orang lain, dan tidak bergantung pada *khiyar* lagi.
2. Jual beli *batil*, apabila salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli tersebut pada dasar dan sifatnya tidak disyari'atkan atau barang yang dijual adalah barang-barang yang diharamkan.

²² Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah Terjemahan Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi*, (Jakarta: Pustaka al-kausar, 2013), cet, 1, h. 751.

²³ Ibnu Rusyd, *Bidyatul Mujtahid Terjemahan Ahmad Abu Al Majdi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 320.

²⁴ Nasrun Harun, *Op. Cit.*, h. 121.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Jual beli *Fasid*, adalah jual beli yang rusak dan apabila kerusakan itu menyangkut harga barang dan boleh diperbaiki.

B. Harga

1. Pengertian Harga

Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip oleh Ari Setiyaningrum didalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip pemasaran, mendefinisikan bahwa harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan seorang pembeli. Namun, pada dekade ini faktor-faktor nonharga dinilai penting. Meskipun demikian, harga masih merupakan salah satu elemen terpenting yang menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan.²⁵

Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi dipasar. Peranan harga bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan adalah :

- a. Bagi perekonomian, harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi

²⁵ Ari Setiyaningrum, *Op. Cit.*, h. 128.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal dan kewirausahaan.

- b. Bagi konsumen, dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor-faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak.
- c. Bagi perusahaan, dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.²⁶

2. Strategi Penetapan Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga:

- a. Faktor-faktor internal, yang terdiri dari : tujuan pemasaran perusahaan, pertimbangan organisasi, sasaran pemasaran biaya dan strategi bauran pemasaran .
- b. Faktor-faktor eksternal, yang terdiri dari : situasi dan permintaan pasar, persaingan, harapan perantara, dan faktor-faktor lingkungan seperti kondisi sosial ekonomi, kebijakan dan peraturan pemerintah, budaya dan politik.²⁷

Pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu :

²⁶ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, et.al., *Pemasaran Starategik*, (Yogyakarta : ANDI OFFSET, Ed. 1, 2008), h. 471-472.

²⁷ <https://repository.unpas.ac.id/30693/6/BAB%20II.pdf>, diakses Pada 24 Oktober 2021, Pukul 11: 05.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a) Tujuan berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi.

b) Tujuan berorientasi pada Volume

Ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objectives.

c) Tujuan berorientasi pada citra

Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga.

d) Tujuan Stabilitas harga

Dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan pemimpinan industri (*industry Leader*).²⁸

3. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) indikator harga yang baik adalah sebagai berikut :

- a. Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen
- b. Kesesuaian antara harga dengan kualitas
- c. Harga Memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis

²⁸ Zaky Wayuddin Azizi, *Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo : Myria Publisher, Cet. 1, 2000), h. 51.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- d. Kesesuaian harga dengan manfaat
- e. Menarik Bagi Konsumen.²⁹

4. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Tjiptono sebagaimana dikutip oleh Erina Fajriya pada Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen mengatakan bahwa, harga memiliki dua peranan utama dalam mempengaruhi keputusan beli, yaitu :

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari beberapa alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif.³⁰

²⁹ Yoeti, O.A, *Tour and Travel Marketing* , (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka utama, 2017), h. 237.

³⁰ Erina Fajriya , *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Mkanan Fiza Desa Sungai Paku Singingi Hilir Ditinjau Dari Ekonomi Islam*, Skripsi (Disertai : Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021), h. 46.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Sebaliknya apabila konsumen menganggap bahwa yang diterimanya lebih besar, maka yang akan terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai yang positif. Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan.³¹

5. Harga Dari Tinjauan Ekonomi Islam

Ekonomi Islam memiliki konsep bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal. Pasar tidak membutuhkan suatu intervensi dari pihak manapun tidak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga dengan kegiatan monopolistik atau yang lainnya.³²

Islam memiliki pandangan sendiri mengenai keputusan penetapan harga. Alquran telah menetapkan rambu-rambu dalam berbisnis yang harus dapat menguntungkan kedua belah pihak. Hal tersebut sebagaimana firman-nya Allah Swt.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan

³¹ Ibid., h. 46.

³² Syamsul Hilal, "Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam" Volume 6., No. 2., (2014) h. 18.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu". (QS. An-Nisa'(4):29)³³

Jumhur Ulama berpendapat bahwa pada prinsipnya tidak dibenarkan adanya penetapan harga karna ia merupakan kezaliman dan tindakan kezaliman diharamkan. Mereka mendasarkan argumennya pada hadist Anas bin Malik," Pada zaman Rosulullah SAW harga barang pernah melonjak hebat. Menurut Hadist ini, penguasa (imam) tidak berhak menentukan harga yang berlaku dimasyarakat, melainkan masyarakat bebas menjual harta benda mereka menurut mekanisme yang berlaku. Penentuan harga sama saja melarang mereka untuk membelanjakan harta mereka. Sedangkan kalangan mazhab Maliki dan Hanafi memperbolehkan penguasa menetapkan harga demi menolak bahaya hal yang merugikan masyarakat jika harga yang ditetapkan pemilik barang dagangan telah terlalu melampau harga umum. Bila demikian keadaanya maka sah-sah saja memberlakukan penetapan harga melalui musyawarah dengan para pakar demi menjaga kemaslahatan umum.³⁴

Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan. Kinnear dan Kenneth sebagaimana dikutip oleh Ari Setiyaningrum didalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip pemasaran ,

³³ Kemenag RI, *Op. Cit.*, h. 122.

³⁴ Erina Fajriya, *Op. Cit.*, h. 50.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mendefinisikannya sebagai sebuah mekanisme komunikasi, pemasaran, pertukaran informasi antara pembeli dan penjual.³⁵

Jadi, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu cara perusahaan guna membuat kesadaran, membagikan informasi, serta memengaruhi pembeli baik secara langsung atau tidak langsung terhadap barang atau jasa yang dihasilkan dengan harapan konsumen tertarik dan berkenan membeli produk yang telah ditawarkan. Dan fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan setiap konsumen.³⁶

2. Tujuan dan Tugas Promosi

a. Menginformasikan (informing)

promosi yang informatif berusaha mengubah kebutuhan yang sudah ada menjadi keinginan atau memberi stimulasi minat pada sebuah produk baru. Hal ini terutama terjadi pada tahap dini dari daur hidup sebuah produk, orang secara khas tidak akan membeli sebuah produk atau jasa atau mendukung sebuah organisasi nirlaba sebelum diketahui maksud dan keuntungannya bagi mereka.

b. Membujuk (Persuading)

Persuasi biasanya menjadi tujuan promosi utama bila produk memasuki tahap pertumbuhan dari daur produknya. Persuasi dapat juga menjadi tujuan penting bagi kategori produk yang sudah matang untuk

³⁵ Ari Setiyaningrum, *Op. Cit.*, h. 223.

³⁶ David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1996), h. 77.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

bersaing, misalnya minuman ringan, pelayanan bank, dan barang keperluan rumah tangga. Dalam sebuah pasar dengan banyak pesaing, berita yang disampaikan melalui promosi mendorong orang untuk melakukan pemindahan merek (*brand switching*) dan berusaha mengubah orang menjadi pengguna setia sebuah produk.

Meskipun demikian, teknik-teknik promosi dan persuasi dapat terlalu mendorong (*persuasive*), sehingga menyebabkan konsumen membeli produk yang sebetulnya tidak dibutuhkan.

c. Mengingatkan (Reminding)

Mengingatkan konsumen tentang adanya barang tertentu, yang dibuat dan dijual perusahaan tertentu, ditempat tertentu dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diingatkan, karena mereka tidak ingin berusahah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana mendapatkannya.³⁷

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi

a. Dana yang tersedia

Suatu perusahaan dengan dana cukup, dapat membuat program periklanan lebih berhasil guna daripada perusahaan dengan sumber dana yang terbatas. Dan bagi perusahaan kecil atau yang keuangannya lemah akan lebih mengandalkan periklanan daripada penggunaan personal selling.

b. Sifat pasar

³⁷ Ari Setyaningrum, et.al., *Op. Cit.*, h. 223-224.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Beberapa sifat pasar yang mempengaruhi promotional mix ini meliputi :

a) Luas geografis pasaran.

Suatu perusahaan yang mempunyai pasar lokal, mungkin sudah menggunakan personal selling saja, tetapi bagi perusahaan yang mempunyai pasar nasional tidak harus menggunakan periklanan.

b). Jenis pelanggan.

Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga dipengaruhi oleh jenis sasaran yang hendak dicapai perusahaan, apakah pemakai industri pelanggan rumah tangga atau perantara. Dimana program promosi yang diarahkan kepada pengecer, tentunya akan menampilkan lebih banyak personal selling daripada dalam program yang diarahkan ke konsumen (pemakai akhir).

c). Konsentrasi pasar.

Disini yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan adalah jumlah keseluruhan calon pembeli, dimana makin sedikit calon pembeli makin efektif personal selling dibanding dengan periklanan.

c. Sifat Produk

Suatu perusahaan akan memerlukan strategi promosi yang berbeda, antara produk konsumsi dan produk industri. Dalam mempromosikan barang konsumsi juga macam-macam, apakah barang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

convinien, shopping atau barang spesial. Dimana perusahaan yang memasarkan barang convinien, biasanya akan mengandalkan periklan.

d. Tahap dalam daur hidup produk

Seperti diketahui tahap daur kehidupan suatu produk terdiri

dari 4 tahap, yaitu :

- a) Introduction (Tahap Perkenalan)
- b) Growth (Tahap Pertumbuhan)
- c) Maturity (Tahap Kedewasaan)
- d) Decline (Tahap Penurunan).³⁸

4. Jenis Promosi

Pada dasarnya bentuk promosi yang ada tetap mempunyai tujuan yang sepadan. Jenis promosi yang ada antara lain :

a. Periklanan

Periklanan didefinisikan sebagai penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.

b. Penjualan Personal

Wujud dari promosi secara pribadi (personal) ini yaitu dengan mempresentasikan produk secara lisan pada kejadian percakapan bersama sosok pembeli dengan tujuan guna memikat ketertarikan konsumen pada produk yang sedang ditawarkan.

c. Publisitas dan Hubungan Masyarakat

³⁸ Angipora, Marius P, *Dasar- Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, cet. 2, 2002), h. 375-377.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Menurut Frank Jefkins (2003) sebagaimana dikutip oleh pada Skripsi Sutriyani pada skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen mengatakan bahwa, “hubungan masyarakat adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.

d. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Promosi penjualan adalah usaha yang dilaksanakan guna mencoba mempengaruhi pembeli melalui kegiatan jangka pendek.

e. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Pemasaran langsung ialah kegiatan promosi menggunakan cara memasarkan produk kepada konsumen secara langsung untuk mendapatkan respon dari konsumen secara langsung untuk mendapatkan respon dari konsumen secara langsung.³⁹

5. Manfaat Dan Indikator Promosi

Menurut Kotler sebagaimana dikutip Utami pada skripsinya yang berjudul pengaruh promosi produk dan pelayanan terhadap keputusan pelanggan, walaupun alat/jenis promosi sangat beragam semuanya memberikan tiga manfaat yang berbeda :

³⁹ Sutriyani, *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kumala Calebes Motor (Mazda Makassar)*, Skripsi (Disertai : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar, 2019), h.37.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Komunikasi adalah promosi menarik perhatian dan biasanya memberikan informasi yang dapat mengarahkan konsumen ke produk bersangkutan.
- b. Insentif adalah promosi menggabungkan sejumlah kebebasan, dorongan atau Kontribusi yang memberikan nilai bagi konsumen.
- c. Ajakan adalah promosi yang mengajak untuk melakukan transaksi pembelian sekarang.

Sebuah promosi yang dilakukan dengan benar, akan mampu membawa pelanggan atau calon pelanggan keluar dari titik jenuh untuk tertarik dengan produk atau jasa yang anda tawarkan, dan pada akhirnya akan segera mengambil keputusan terbaik.

Menurut Tjiptono (2008) Indikator-indikator sebuah promosi di katakan efektif, yaitu :

- a) Periklanan
- b) Penjualan Personal
- c) Promosi Penjualan
- d) Hubungan Masyarakat
- e) Tentukan anggaran biaya promosi.⁴⁰

⁴⁰ Utami, *Pengaruh Promosi Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria TBK Cabang Mataram*, Skripsi (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, 2016), h. 40.



6. Ekonomi Islam Tentang Promosi

1. Ekonomi Islam Tentang Media Iklan

Pengiklan juga harus menghindari iklan yang menipu dan berlebihan yang dianggap sebagai bentuk kebohongan. Kebenaran fakta dalam informasi yang disampaikan kepada publik juga terkandung dalam Al Quran , Sebagaimana Firman nya Allah Swt.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang hari turunan yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka berkakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. (QS. An – Nisa’ : 9).⁴¹

2. Ekonomi Islam Tentang Promosi Penjualan

Prinsip ekonomi islam yang dipaksa dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Pengelola pantai batu lapis tidak memaksa para wisatawan untuk memakai jasanya, transaksi terjadi atas suka sama suka dan kepercayaan. Jual beli hukumnya mubah. Artinya hal tersebut diperbolehkan sepanjang suka sama suka. Allah berfirman :

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

Artinya : “Hal orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu

⁴¹ Depertemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 576.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu". (QS. An-Nisa'(4):29)⁴²

3. Ekonomi Islam Tentang Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Pada *personal selling* ada dua pihak yang masing-masing berusaha mempengaruhi satu sama lain. Dalam situasi ini, keduanya mempunyai sasaran spesifik yang ingin dicapai. Pada saat ini penekanan *personal selling* megarah pada pengembangan hubungan jangka panjang yang erat antara penjual dan pembeli, bukan transaksi penjualan sekali saja.⁴³

Prof Hamzah Ya'qub dalam bukunya *Kode Etik Dagang Menurut islam*, mengatakan bahwa salah satu bentuk promosi yang dilakukan pada zaman nabi dan mirip-mirip dengan yang ada sekarang adalah najasy (promosi palsu), yaitu, salah satu taktik yang dilakukan oleh perusahaan untuk melariskan dagangannya dengan melakukan reklame, promosi dan iklan di media agar tertarik untuk membeli.⁴⁴

D. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Boyd Walket pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁴⁵

⁴² Kemenag RI, *Op. Cit.*, h. 122.

⁴³ Ari Setyaningrum, et.al., *Op. Cit.*, h. 235.

⁴⁴ Budi Wisakseno dkk, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : Gramata Publishing, 2011). h. 451.

⁴⁵ Ian Alfian, "Analisis Pengaruh Label, Brand, Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan" dalam *At-Tawassuth*, Vol 2, No 1, (2017), h. 124.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dalam islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selat akhirat.

Menurut Kotler bahwa keputusan membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan untuk membeli tersebut mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen, yang meliputi:

- a. Keputusan tentang jenis produk
- b. Keputusan tentang bentuk produk
- c. Keputusan tentang merek
- d. Keputusan tentang penjualnya
- e. Keputusan tentang jumlah produk
- f. Keputusan tentang waktu pembelian
- g. Keputusan tentang cara pembiayaan

2. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amastrong (2016) Indikator-indikator Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

- a. Produk sesuai dengan keinginan
- b. Ada prosedur pembelian dan pembayaran yang mudah bagi konsumen
- c. Konsumen melakukan pembelian produk kembali



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- d. Intensitas pencarian informasi, informasi mengenai suatu produk
- e. Kenginan segera membeli.⁴⁶

3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut kotler dalam perilaku konsumen dipengaruhi oleh budaya, social, pribadi, psikologis yaitu:⁴⁷

a. Faktor Budaya

Kebudayaan adalah factor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar, peran yang dimainkan oleh kebudayaan yaitu:

- 1) Sub-budaya yang terdiri dari: kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras, wilayah-wilayah geografis.
- 2) Kelas social, yaitu sebuah kelompok yang *relative homogeny* dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan setiap para anggota dalam jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

b. Faktor sosial

- 1) Kelompok referensi adalah seseorang adalah semua kelompok yang mempengaruhi langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Seperti teman, tetangga, dan rekan kerja.

⁴⁶ Nora Pitri Nainggolan, "Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kot Batam" Volume 2., No2., (2018), h. 143.

⁴⁷ Hikmawati, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake dan Bakeri Chocolicious di Kota Makassar", (Skripsi: Universitas Islam Alauddin Makassar, 2019), h. 35-38.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

- 2) Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga memprentasikan kelompok utammayang paling berpengaruh.
- 3) Peran dan status adalah setiap peranan membawa satu status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan sesuai dengan masyarakat

c. Faktor pribadi

Keputusan pembelian di pengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu: usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan, dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup nilai

1) Usia dan tahap siklus hidup

Selera hidup dalam makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi sering dihubungkan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus keluarga dan jumlah, usia sertajenis kelamin orang dalam rumah tangga pada waktu tertentu. Dimaan orang dewasa mengalami peralihan atau tranformasi tertentu sepanjang hidupnya para pemasar harus memberikan perhatian khusus pada keadaan hidupyang berubah, bercerai,menduda/janda, menikah lagi dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen.

2) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produkdan jasa tertentu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Maksud keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya)

4) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dapat dilihat dari pola kehidupan sehari-hari

d. Faktor psikologi

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh tiga psikologi utama yaitu:

- 1) Motivasi, adalah kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari keputusan pembelian atas kebutuhan.
- 2) Persepsi adalah proses bagaimana menyeleksi, mengatur, dan menginterferensikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti.
- 3) Keyakinan dan sikap, keyakinan pemikiran deskriptif yang dipertahankan seseorang mengenai sesuatu. Sikap merupakan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak seseorang terhadap suatu objek atau ide.

4. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Membeli

Dalam Islam, Proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterangkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep pengambilan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 dalam islam lebih di tekankan pada sikap tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Sebagaimana tertuang dalam surah Al-Imram(3): 159 berikut:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kami bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma’afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadanya.” (Q.S. Al Imran(3): 159)⁴⁸

Selain itu, didalam Al-Qur’an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur’an surah Al Hujurat(49): 6 berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”. (Q.S. Al Hujurat(49): 6)⁴⁹

⁴⁸ Artikel dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/159>. Diakses pada 12 Januari 2022, Pukul 10:50.

⁴⁹ Artikel dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/49/6>. Diakses pada 12 Januari 2022, Pukul 10:50.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk makanan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternative, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

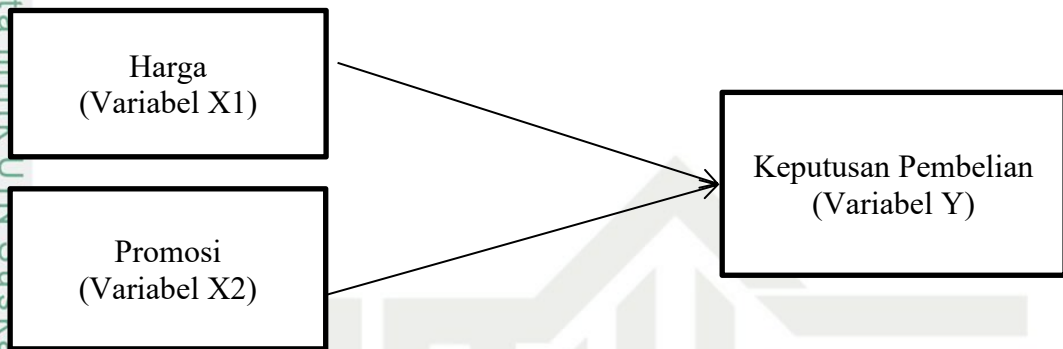
Sebelum memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk makanan hendaknya konsumen mencari informasi apakah produk makanan tersebut baik atau tidak, bahan yang terkandung alami atau justru dapat membahayakan kulit serta apakah produk tersebut halal atau tidak untuk di konsumsi. Hal inilah yang menjadi alasan yang menjadi alasan betapa pentingnya mencari informasi terkait suatu berita yang datang.

E Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah suatu gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian yang diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Adapun kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 2.1**Kerangka Pemikiran Penelitian**

Berdasarkan kerangka teoritis di atas maka terdapat tiga variabel yaitu variabel (X1) dan (X2) Sebagai Variabel Independent dan Variabel (Y) Sebagai Variabel dependent. Dimana harga dan promosi sebagai variabel (X) dan Keputusan Pembelian sebagai variabel (Y).

1. Variabel independen atau variable bebas. Dalam penelitian ini yaitu:
 - a. Harga (X1)
 - b. Promosi (X2)
2. Variabel dependen atau variable terikat.
 - a. Keputusan Pembelian (Y)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 2.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Sesuatu yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk	Menurut Kotler dan Amstrong (2008) 1.Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen 2.Kesesuaian antara harga dengan kualitas 3 Harga Memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis 4 Kesesuaian harga dengan manfaat 5.Menarik Bagi Konsumen	Likert
Promosi (X2)	Promosi merupakan salah satu variabel didalam merketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk dan jasanya.	Menurut Tjiptono (2008) 1.Periklanan 2.Penjualan Personal 3. Promosi Penjualan 4.Hubungan Masyarakat 5.Tentukan anggaran biaya promosi	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan.	Menurut Kotler dan Amastrong (2016) 1.Produk sesuai dengan keinginan 2.Adaprocedur pembelian dan pembayaran yang mudah bagi konsumen 3.Konsumen melakukan pembelian produk kembali 4.Intensitas pencarian	Likert

	informasi, informasi mengenai suatu produk	
	5.Keinginan segera membeli	

© 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.



Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Sutrayani (2019)	Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT.Kumala CelebesMotor (Mazda Makassar)	Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan harga terhadap keputusan pembelian	Lokasi penelitian yang berbeda.
2	Surono (2010)	Analisis pengaruh penetapan harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus Pada Alfamart Rempoa Sandratex)	Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan harga terhadap keputusan pembelian	Lokasi penelitian yang berbeda dan variabel (X2) yang berbeda yaitu lokasi.
3	Utami (2019)	Pengaruh Promosi Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria TBK Cabang Mataram, Skripsi (Disertai : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram)	Bahwa promosi produk sangat berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, promosi sangat bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas karyawan dalam bekerja.	Lokasi penelitian yang berbeda dan variabel (X2) yang berbeda yaitu pelayanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan adalah sebagai berikut :

H_a : Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek Alfamart cabang sutomo Kota Siak.

H_a : Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek Alfamart cabang sutomo Kota Siak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan yang bersifat Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ini menggunakan desain secara umum serta menggunakan teknik penelitian berupa wawancara terbuka untuk mendapatkan data berupa deskripsi pendapat dari hasil ataupun catatan lapangan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen yang membeli Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang Sutomo kota Siak.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Alfamart Cabang Sutomo Kota Siak, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kesimpulannya.⁵⁰ Populasi bisa dikatakan sebagai gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat, perhatian seseorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi penelitian mengacu pada seluruh pelanggan Alfamart Cabang Sutomo kota Siak selama penelitian dilaksanakan, Maka Penelitian ini menggunakan metode *non-probability Sampling* dengan teknik convenience sampling, dimana teknik pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui dengan pasti.

2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel.⁵¹

Maka Penelitian ini menggunakan metode *non-probability Sampling* dengan teknik convenience sampling, dimana teknik pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung : Alfabeta, cet.5 ,2014), h. 113.

⁵¹ *Ibid.*, h. 119.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

sebagai sumber data.⁵² Penelitian ini memang tidak diketahui secara jelas jumlah pasti dari populasi yang ada. Sehingga, untuk menghemat biaya, waktu serta tenaga. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti, maka digunakan teknik sampling kemudahan⁵³ :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \chi \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel minimum yang diperlukan

$Z_{\alpha/2}$ = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan α 5 % = 1,96
(apabila alfa = 5%, maka Z tabel sekitar, 1,96)

σ = Standar deviasi

E = *Term of Error* sebesar 5% = 0,05

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{1,96 \times (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ responden.}$$

⁵² Puspita Disti Anggraini Sejati, *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Costumer Loyalty Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*, Skripsi, (Disertai : Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020), h. 15.

⁵³ Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung : ALFABETA, 2013). h. 66.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dari hasil perhitungan di atas maka jumlah sampel yang dicari sebesar 96 responden di alfamart cabang sutomo kota siak. Jadi, dari hasil tersebut, peneliti menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

E. Sumber Data

Menurut Sugiyono dalam melaksanakan penelitian ini sumber data yang digunakan terdiri dari 2 macam, terdiri dari :

a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terdiri dari atas identitas responden dan juga hasil tanggapan responden berhubungan dengan objek penelitian dan membutuhkan pengolahan lebih lanjut. Data pada penelitian ini bersumber dari konsumen.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumentasi atau keterangan sumber-sumber lainnya yang dapat menunjang objek dan informasi yang diperoleh dalam bentuk yang sudah siap disusun dan diolah. Dapat berbentuk tabel atau laporan lainnya, Data ini berasal dari perusahaan yaitu data penjualan produk, buku, jurnal, artikel dan internet dan sumber lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c) Data Tersier

Data tersier adalah merupakan data penunjang yang dapat memberi petunjuk terhadap data primer dan sekunder. Dalam hal ini data tersier yang digunakan adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia.

F. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.

b. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan langsung di lapangan untuk memperoleh gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup.⁵⁴

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012),h. 84.



d. Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan informasi yang relevan dengan penelitian dan dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penyusunan penelitian ini.

G. Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah Mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap yang di teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁵⁵

Analisis data dapat dilakukan baik terhadap data primer maupun data sekunder menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu mengklasifikasikan data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut. Analisis kuantitatif adalah analisa menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Menurut Lupiyadi dan Ridho⁵⁶ statistik deskriptif merupakan bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik ataupun prosedur yang ditujukan untuk

⁵⁵ Dewi Kurnia Sari, *Analisis Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatra Utara*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol. 1, No. 4, Marret 2013, h. 52.

⁵⁶ Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h. 84.

mendapatkan gambaran atau mendeskripsikan sekumpulan data dari hasil pengamatan. Fungsi analisis deskriptif adalah memberikan gambaran umum untuk melihat karakteristik data yang kita peroleh. Gambaran umum ini bisa menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang diperoleh.

Berdasarkan metode penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka data informasi yang diperoleh akan dikelompokkan dan dipisahkan sesuai dengan jenisnya dan dianalisa secara kuantitatif yang disajikan dalam bentuk tabel dan uraian. Didalam pengukuran terhadap masing-masing variabel penulis membuat suatu daftar pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh responden dan diberi skor, sehingga nantinya data tersebut akan menjadi data yang bersifat kuantitatif. Untuk menentukan nilai jawaban setiap pertanyaan digunakan skala likert yaitu digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek.

Setiap pertanyaan mempunyai lima alternative jawaban, maka untuk itu penulis menetapkan skor bagi masing-masing alternatif jawaban yang dipilih sebagai berikut :

1. Jika memilih SS = Sangat setuju diberi skor 5
2. Jika memilih S = Setuju diberi skor 4
3. Jika memilih RR = Ragu-ragu diberi skor 3
4. Jika memilih TS = Tidak setuju diberi skor 2
5. Jika memilih STS = Sangat tidak setuju diberi skor 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Uji Kualitas Data

Kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam penelitian tersebut. Untuk menentukan batas kebenaran maka ketepatan alat ukur suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid menurut Sugiyono yaitu apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.⁵⁷

Validitas adalah tentang kesesuaian antara variabel yang sedang diteliti dengan variable yang ingin diteliti. Uji validitas adalah suatu derajat ketetapan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang di ukur.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Butir pertanyaan sudah dinyatakan valid

⁵⁷ Sugiyono, *Op. Cit.*, h. 121.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan reliabel.

Jika $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan tidak reliabel⁵⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dilakukan untuk memeriksa apakah nilai variabel dependen Y didistribusikan secara normal terhadap nilai variabel bebas X. Uji normalitas dengan menggunakan uji one sampel Kolmogrov Smirnov Test. Suatu data dilakukan terdistribusikan secara normal apabila nilai asymp Sig pada test tersebut bernilai 0,05.

b. Multikolonieritas

Untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolonieritas.⁵⁹

⁵⁸Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literas Media Publishing, 2015), h. 109.

⁵⁹ Fifin zuriatul casvi, *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan lokasi Bank Syariah terhadap minat menabung santri di Bank Syariah*, (Demak: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019), h. 52.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian nilai residual satu pengamatan yang lain. kemungkinan adanya dugaan Scatterplot dimana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafi tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi tererokedalitas atas suatu model regresi.

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.⁶⁰

Bentuk persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan / Variabel Terikat Yaitu Peningkatan Penjualan

a = Konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Promosi

b₁ = Koefesien regresi variabel independen 1

⁶⁰ Erina Fajriya, *Op.Cit.*, h. 20.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b_2 = Koefisien regresi variabel independen 2

ε = Error Term

b. Uji t

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

Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{value}} < \alpha$ maka :

H_a diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

H_o ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan

Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $F_{\text{value}} > \alpha$ maka :

H_a ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan

H_o diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

c. Uji Simultan (Uji F)

Analisis uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel.⁶¹ Adapun nilai α sebesar 0,05. Kriteria untuk uji f ini adalah :

Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $F_{\text{value}} < \alpha$ maka :

⁶¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*, (Semarang:Badan Penerbit UNDIP, 2011), h. 99.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Ha diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan
 Ho ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
 Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $F_{value} > \alpha$ maka :
 Ha ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
 Ho diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

d. Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi adalah koefisien korelasi untuk menentukan besarnya pengaruh variasi (naik/turunnya) nilai variabel bebas terhadap variasi nilai variabel terikat pada hubungan lebih dari dua variabel. Koefisien korelasi ganda adalah koefisien korelasi untuk mengukur keeratan hubungan antara tiga variabel atau lebih.

Tabel 3.1
Interpretasi Terhadap Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1000	Sangat Kuat

e. Uji Koefisien Determinasi R^2

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, jika $R=$



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

100% berarti variabel independen, berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel X dan variabel Y.

H. Gambaran Umum PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart)

1. Sejarah berdirinya PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart)

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1994 Struktur kepemilikan berubah menjadi 70% dimiliki oleh PT HM Sampoerna Tbk dan 30% dimiliki oleh PT Sigmantara Alfindo (keluarga Djoko Susanto). PT. Alfa Minimart Utama (AMU) didirikan pada tanggal 27 Juli 1999, dengan pemegang saham PT. Alfa Retailindo, Tbk sebesar 51% dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49%. PT. Alfa Minimart Utama (AMU) ini kemudian membuka Alfa Minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 berlokasi di Jalan Beringin Raya, Karawaci Tangerang.⁶²

Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan pemegang saham PT.HM. Sampoerna, Tbk sebesar

⁶²Surono, *Analisis Pengaruh Penetapan Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Skripsi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2010), h. 57.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

70% dan PT. Sigmantara Alfalindo sebesar 30%. Kemudian nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart pada tanggal 1 Januari 2003. Pada tahun 2005 Jumlah gerai Alfamart bertumbuh pesat menjadi 1.293 gerai hanya dalam enam tahun. Semua toko berada di pulau Jawa.⁶³

Berdiri sebagai gerai yang menjual produk pokok sehari-hari dengan harga yg terjangkau. Komitmen menjaga kualitas produk dan layanan yg terbaik serta tempat yang nyaman untuk berbelanja. Demikian Alfamart terus berkembang menjadi jaringan distribusi retail yang termuka di seluruh Indonesia. Berawal di tahun 1999 di Jalan Beringin, Tangerang, Banten, gerai pertama Alfa Minimart dibuka sebagai cikal bakal Alfamart.⁶⁴

Saat ini Alfamart sudah memiliki 32 gudang untuk mendukung lebih dari 13000 gerai termasuk 3500-an gerai waralaba yang tersebar diseluruh wilayah tanah air. Melayani lebih dari 8 juta pelanggan setia yang tergabung dalam program Loyalti Multi Partner Ponta serta bekerja sama dengan lebih dari 47000 pemilik warung sebagai mitra Alfamart. Alfamart terus tumbuh dan dipercaya dengan diraihny beberapa penghargaan, antara lain Retail Asia Pasific Top 500 Award, Employer Brand Award, Top Brand Award, dan masih banyak yang lainnya. Keberhasilan ini tak lepas dari dukungan ratusan ribu karyawan.⁶⁵

⁶³ *Ibid.*, h. 57.

⁶⁴ Devi Nopitas Sari, *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Niat Membeli Produk Private Label Alfamart*, Skripsi (Program Studi Administrasi Bisnis Internasional Terapan Departemen Administrasi Bisnis Negera Bengkalis, 2022), h. 28.

⁶⁵ *Ibid.*, h. 27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Komitmen Alfamart untuk membuka diri bagi masyarakat diwujudkan dengan bergabungnya lebih dari ribuan pewaralaba sebagai mitra Alfamart.. Meski menggunakan merek sendiri, produk yang mereka jual tidak kalah kualitasnya. Apalagi harganya seringkali lebih murah dari produk sejenis. Seperti promo produk private label Alfamart kali ini, harganya bisa serendah 62%. Promo produk private label Alfamart kali ini cukup beragam, dengan harga yang murah. Misalnya, sikat lantai Alfamart bisa dibeli hanya dengan Rp. 10.900, dari harga semula Rp. 21.900.⁶⁶

2. Visi dan Misi

Visi:

- a. Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki masyarakat luas.
- b. berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan
- c. harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global”.

Misi:

- a) Memuaskan kebutuhan pelanggan/konsumen dengan memfokuskan diri pada produk dan pelayanan yang berkualitas tinggi.
- b) Mengimplementasikan etika bisnis dalam usahanya untuk memberikan yang terbaik dalam setiap Tindakan.
- c) Mengembangkan suatu organisasi global yang terpercaya, sehat, dan selalu berkembang, yang dapat memberikan keuntungan pada

⁶⁶ *Ibid.*, h. 27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

konsumen, supplier, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat pada umumnya.

Budaya :

1. Integritas yang tinggi.
2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik.
3. Kualitas & Produktivitas yang tertinggi.
4. Kerjasama Team.
5. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik.⁶⁷

Sedangkan logo Alfamart adalah berupa warna dan Albi.

- a. Logo warna

Gambar 3.1

Logo warna Alfamart



Sumber : www.chane.org

Untuk logo Alfamart dibagi menjadi 3 warna yaitu, Biru, Merah, dan Kuning. Biru melambangkan Kesetiaan dan juga ketekunan, Merah Melambangkan Keberanian dan juga keinginan Kuat, dan Kuning Melambangkan Kejayaan, Artinya Alfamart Punya Keinginan Kuat untuk terus berjaya dalam persaingan di bidang yang dijalankan.

⁶⁷ <https://sites.google.com/site/alfamartejip/2-visi-misi>, diakses pada 20 April 2022, Pukul 21:22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b. Gambar Albi
Gambar 3.2

Albi Mascot Alfamart



Sumber : www.Kompasiana.com

Albisi Lebah yang ramah adalah karakter yang menyenangkan dan siap membantu siapa saja yang membutuhkan pertolongan. Albi melambangkan pertolongan. Albi melambangkan karyawan Alfamart yang siap membantu pelanggan dengan ketulusan untuk melayani. Albi mengedepankan kehidupan dan tujuan kolektif, menghindari konflik, dan selalu tanggap akan perubahan di sekelilingnya.

2. Struktur PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk – Alfamart

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan , maka perlu adanya perencanaan dan perumusan struktur organisasi. Hal ini dimaksudkan karena struktur organisasi merupakan alat dan kerangka dasar yang membantu organisasi dalam mencapai tujuan. Pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh PT. Sumber Alfamart Trijaya. Tbk Ritel Alfamart tidak mungkin dilakukan secara sendiri oleh pemimpin, melainkan dilakukan oleh masing-masing individu yang bekerja menurut bidang dan spesialisasi yang telah ditetapkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

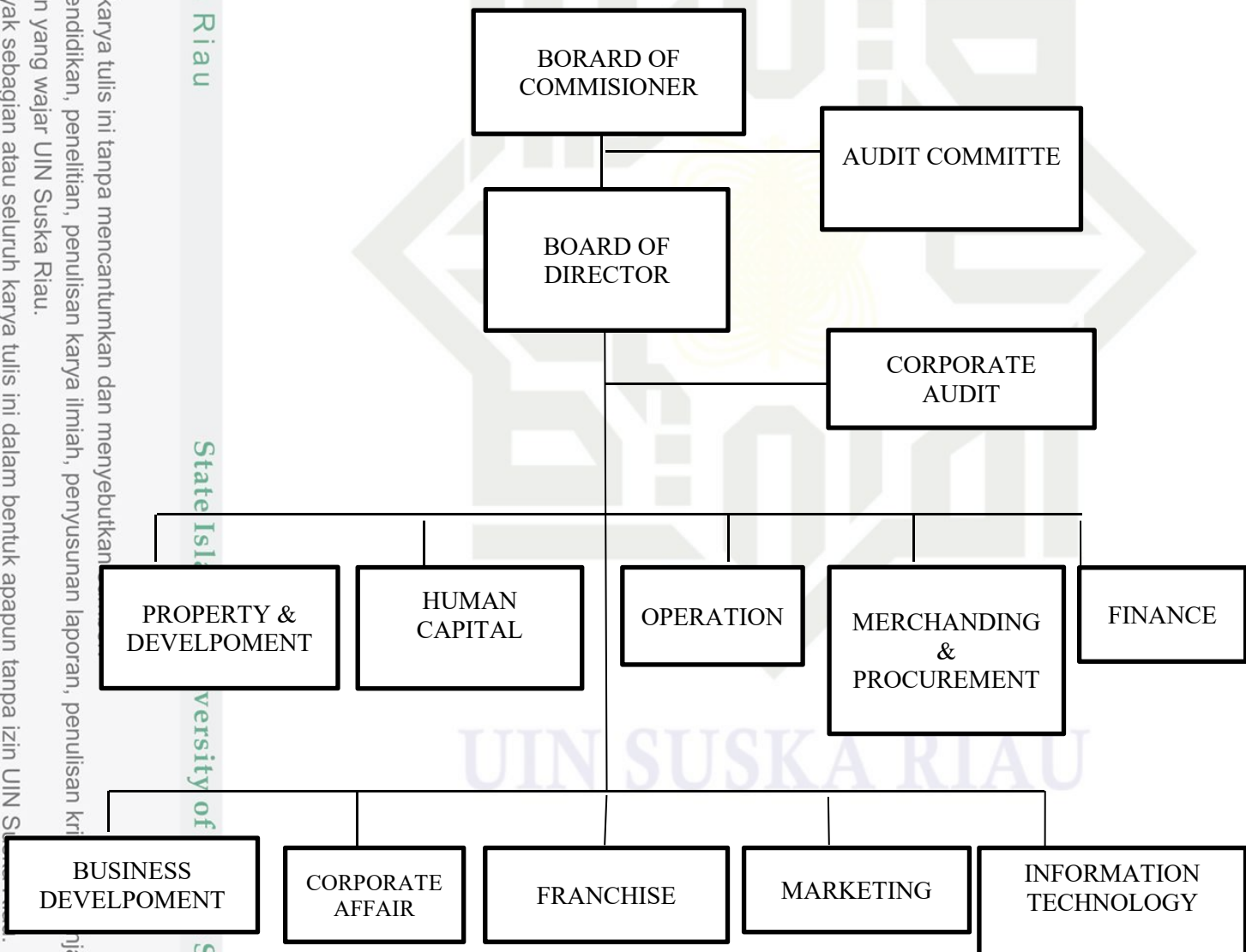
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan, atau untuk pemertanian dan pengembangan yang diperbolehkan.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 adanya Struktur Organisasi yang digambarkan secara jelas akan mempermudah pemimpin untuk mencapai tingkat produktivitas kerja dan efisiensi kerja di perusahaan yang bersangkutan.

Adapun struktur organisasi PT Sumber Alfariya Trujaya Tbk, adalah seperti yang terlihat pada gambar berikut ini :

Gambar 3.3

Struktur Organisasi Perusahaan PT. Sumber Alfariya Trijaya Tbk



Sumber: Data Perusahaan



3. Tugas dan wewenang Organisasi

Adapun tugas dan wewenang masing – masing Struktur gambar di atas adalah :

- a. Board Of Commisioners
 - a) Melakukan Pengawasan atas jalannya usaha dan memberikan nasihat kepada direktur.
 - b) Dalam melakukan tugas dewan direksi berdasarkan pada kepentingan perusahaan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan.
 - c) Kewenangan khusus dewan komisaris bahwa dewan komisaris dapat diamanatkan dalam anggaran dasar untuk melaksanakan tugas- tugas tertentu direktur.
 - d) Membuat risalah rapat dewan komisaris dan menyimpan salinan rapat.
 - e) Melaporkan kepada perusahaan kepada kepemilikan saham dan saham-saham lainnya.
 - f) Memberikan laporan tentang tugas pengawasan yang telah dilakukan.
- b. Audit Committe
 - a) Melakukan Penelaan terhadap informasi keuangan yang diterbitkan perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b) Penelaan atas ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan dibidang pasar modal dan dibidang lain yang relavan.
 - c) Melakukan penelaan terhadap independen dan objektivitas publik.
 - d) Penelaan terhadap kecukupan pemeriksaan yang dilakukan oleh akuntan publik untuk memastikan semua resiko yang penting telah dipertimbangkan.
 - e) Melakukan penelaan jika terdapat pengaduan yang berkaitan dengan perusahaan.
- c. Board Of Directors
- a) Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan – kebijakan perusahaan.
 - b) Memilih, menetapkan, mengawasi tugas –tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer).
 - c) Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
 - d) Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.
 - e) Mengurus dan mengolah perusahaan untuk kepentingan perusahaan yang sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan.
 - f) Melaksanakan kepengurusan perusahaan sesuai dengan kebijakan yang tepat (Keahlian, peluang, dan kelaziman) usaha yang ditentukan dalam UU PT.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

d. Corporate Audit

- a) Menyediakan penipuan deteksi, investigasi dan pengalaman forensik akutansi dan keahlian untuk program monitoring.
- b) Melakukan analisis dan akun laporan keuangan (buku besar umum), pengeluaran (hutang, waktu dan biaya), informasi dan data lainnya.
- c) Mengembangkan prosedur dan analisis untuk mengidentifikasi tren yang tidak biasa atau pola dan anomali antara data-data.

e. Corporate Legal

- a) Mengurusi urusan RUPS dan perubaha anggaran dasar.
- b) Persiapan merger, akuisisi bila ada kemungkinan seperti itu.
- c) Perpanjangan HGB – HGU aset tanah milik perusahaan.
- d) Mengurus perizinan perpanjangan TDP, NPWP, dan pembuatan API.
- e) Mengawal business development (berkaitan dengan perjanjian-perjanjian).
- f) Mereview usulan pembuatan / perusahaan SOP.
- g) Mengawal ketentuan dan peraturan yang baru.

f. Operation

- a) Mengawasi kegiatan operasi
- b) Mengawasi keberadaan serta kondisi mesin dan peralatan.
- c) Membuat rancangan produk yang dipesan.
- d) Membuat keputusan harian sehubungan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- g. Marketing
 - a) Bertanggung jawab terhadap bagian pemasaran.
 - b) Bertanggung jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi.
 - c) Sebagai koordinator manajer produk dan manajer penjualan.
 - d) Membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan pemasaran.
- h. Merchandiser
 - a) Memajang/ mendisplay dan menata produk.
 - b) Mengaja kebersihan produk dan pajangan.
 - c) Menjalankan semua program promosi perusahaan.
 - d) Menjalankan tugas kunjungan sesuai dengan rencana kerja.
 - e) Merapikan, menata, membersihkan produk dengan rencana kerja.
 - f) Mengecek harga jual produk dan kompetitor.
 - g) Memastikan jadwal pengiriman barang.
 - h) Membuat laporan RDC dan laporan hasil kerja.
 - i) Mengganti produk yang rusak.
 - j) Mengecek dan merealisasikan program promosi.
 - k) Menyelesaikan masalah di Gerai.
 - l) Menginformasikan perubahan Planogram dan Display.
 - m) Memberikan informasi tentang produk baru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

i. Property Development

- a) Mengkoordinasikan kegiatan pengendalian properti dan lingkungan wilayah usaha perusahaan dan lingkungannya.
- b) Menyusun program pengendalian properti sesuai dengan rencana investasi serta melakukan evaluasi secara periodik.
- c) Menyelenggarakan pengolahan data dan penyimpan dokumen asli properti.
- d) Menyiapkan laporan kegiatan divisi secara benar dan tepat waktu.

j. IT

- a) Bertanggung jawab memelihara sistem jaringan.
- b) Mengoptimalkan perangkat IT atau server yang ada di Alfamart.

k. Finance

- a) Membuat, memeriksa dan mengarsip faktur, nota supplier, laporan AP/AR untuk memastikan status hutang atau piutang.
- b) Membuat, mencetak tagihan dan surat tagihan untuk memastikan tagihan terkirim kepada pelanggan dengan benar dan tepat waktu.
- c) Menerima, memeriksa tagihan dari vendor dan membuat rekapnya untuk memastikan pembayaran terkirim tepat waktu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- l. Human Capital
 - a) Memperbaiki dan memperhatikan mutu karyawan.
 - b) Menyediakan tenaga yang ahli dan sesuai dengan bidangnya masing-masing.
- m. Corporate Development
 - a) Bertugas merencanakan, merancang dan menyajikan presentasi yang menarik dan proposal untuk pendekatan bisnis baru.
 - b) Memberikan bantuan mentoring kepada pejabat fundraising perusahaan.
- n. Franchise
 - a) Menyediakan tempat usaha dan modal sejumlah tertentu bergantung pada jenis warabala yang akan dibeli.
 - b) Menjaga image produk wiralaba.
 - c) Membayar Franchise fee dan royalti fee.
- o. Corporate Affair
 - a) Bertanggung jawab untuk semua komunikasi dan eksternal
 - b) Mengurus hal – hal seperti buletin karyawan, laporan bisnis tahunan dan siaran pers.⁶⁸

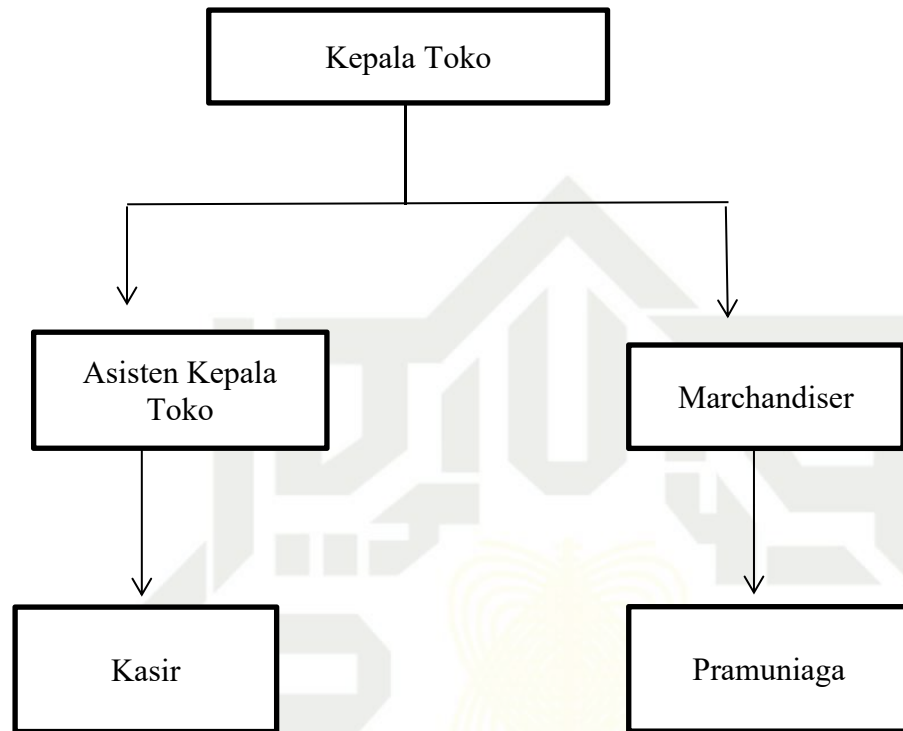
⁶⁸ <https://sites.google.com/site/alfamartejip/2-visi-misi>, diakses pada 20 April 2022, Pukul 21:22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 3.4

Struktur Organisasi Toko PT. Sumber Alfariya Trijaya Tbk



Sumber : Data Lapangan

Adapun tugas –tugas dari struktur diatas :

- a. Kepala toko
 - a) Mengkoordinasikan dan menjalankan semua kegiatan operasional.
 - b) Mongkoordinasikan semua aktivitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan.
 - c) Mongkordinasikan dan mengelola bawahan sesuai dengan budaya perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- d) Berkoordinir dan berhubungan dengan area *coordinator* atau departemen lain dalam menanggulangi masalah dalam toko.
 - e) Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.
- b. Wakil Kepada toko
- a) Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional.
 - b) Mengkoordinir semua aktifitas di dalam memberikan kepuasan pelanggan.
 - c) Mengkoordinir evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.
 - d) Melapor dan meminta persetujuan kepada kepala toko mengenai keputusan yang berhubungan dengan toko.
- c. Menchandise
- a) Mengkoordinir permintaan barang dagangan dan distribution center.
 - b) Mengkoordinir pengeluaran atau retur barang dari toko ke distribution center.
 - c) Mengkoordinir pendisplayan barang dengan di rak-rak nya maupun ke gudang.
 - d) Mengkoordinir sarana promosi terpasang sesuai petunjuk
 - e) Menjaga dan merawat sarana promosi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

f) Mengganti kepala toko dan asisten kepala toko apabila sedang off.

d. Pramuniaga

- a) Membersihkan lingkungan sekitar toko baik di dalam maupun diluar.
- b) Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- c) Mendisplay barang dagangan baik di gudang maupun di rak.
- d) Menerima barang yang datang.
- e) Mempersiapkan keperluan sarana keperluan toko.
- f) Menerima penitipan barang.
- g) Melakukan transaksi penjualan barang.
- h) Melakukan penawaran barang promosi atau pun tidak ke pelanggan.
- i) Mempersiapkan retur barang ke distribution center.
- j) Menyebarkan leaflet promosi ke warga sekitar toko.
- k) Melakukan pengawasan dan pencegahan barang atau rusak.
- l) *Stock opname*.
- m) Mencetak harga barang.

e. kasir

- a) melakukan transaksi langsung.
- b) Melaksanakan kebersihan.
- c) Menerima penitipan barang.

- d) Persiapan retur barang.
- e) Stock opname
- f) Menyebar leaflet
- g) Mempersiapkan saran toko.
- h) Melakukan pendisplay barang.
- i) Melakukan pengawasan dan pencegahan hilang.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan uji t (parsial) dengan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh harga (X_1) dengan nilai probabilitas p-value $0,028 < 0,05$ dan Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai probabilitas p-value $0,028 < 0,05$. Berdasarkan uji t (parsial) dengan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh Promosi (X_2) dengan nilai probabilitas p-value $0,000 < 0,05$ dan Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai probabilitas p-value $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian uji koefisien determinasi menggunakan nilai R square diperoleh sebesar 0,230 atau (23,0%) hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas Harga dan Promosi terhadap Minat Beli sebesar 23,0%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 77 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Dari penjelasan diatas dijelaskan bahwa Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian harusnya sesuai dengan syariat islam, harus sesuai dengan ketentuan ekonomi islam, karna dari segi harga belum sesuai dengan *sharia compliance* yang mereflesikan kebenaran, dan dari segi promosi harusnya harga yang dipromosikan harus sesuai dengan website resmi Alfamart yang disebarakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

B. Saran

Berdasarkan hasil dan analisa yang telah dilakukan peneliti, penelitian ini masih banyak kekurangan, sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki dan diperhatikan lagi untuk penelitian-penelitian berikutnya. Beberapa saran perlu ditambahkan guna penelitian yang lebih baik lagi. Saran juga ditujukan kepada Pemilik Alfamart/Minimarket tersebut. Adapun sarannya sebagai berikut :

1. Harga produk jangan direndahkan sehingga menjatuhkan pedagang kecil lain.
2. Harga yang di rak harus sesuai dengan website resmi Alfamart.
3. Promosi yang dilakukan jangan ada kecurangan dan harga jangan dilambungkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arif Yusuf Hambali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Jakarta : Penamedia Group), 2016.
- Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, et.al. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Yogyakarta : ANDI OFFSET, Ed. 1), 2015.
- Abdul Rahman Ghazaly. *Fiqih Sunnah Jilid 4*,(Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara),2009.
- Abdul Rahman Ghazaly,dkk. *Fiqh Muamalat*.(Jakarta: Kencana), 2010.
- AbduL Aziz Muhammad Azzam. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Amzah). 2010.
- Budi Wisakseno dkk. *Etika Bisnis Islam*. (Jakarta : Gramata Publishing), 2011.
- Depertemen Pendidikan Nasional.*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*.(Jakarta: PT Gramedia Pustaka), 2008.
- Depertemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya Surat An - Nisa*, h.122.
- Donni Juni Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung : CV Pustaka Setia, cet 1), 2017.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, et.al. *Pemasaran Starategik*, (Yogyakarta : ANDI OFFSET, Ed. 1), 2008.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Fifin zuriatul casvi. *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan lokasi Bank Syariah terhadap minat menabung santri di Bank Syariah*, (Demak: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), 2019.

Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*,(Jakarta:Rajawali Pers, 2010).

Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid Terjemahan Ahmad Abu Al Majdi*,(Jakarta:Pustaka Azzam, 2007).

Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*,(Semarang:Badan Penerbit UNDIP), 2011.

Imam Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris. *Ringkasan kitab Al Umum*, penerjemah: Imron Rosadi, Amiruddin dan Imam Awaluddin,(Jakarta: Pustaka Azzam), 2013.

Ir. Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edi-3*, Cet.1 (Jakarta : Kencana Prenada Media Group), 2013.

lkit, et.al. *Jual beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta :Penerbit Gava Media), 2018.

Kemenag RI, Al-Qur'an dan Terjemahanya, Al-Hikmah.

Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat), 2016.

Lili Suryan. *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta :CV Budi Utama), 2015.

Muhammad Nashiruddin Al-Albani. *Shahih saunnah Ibnu Majah*, (Jakarta:Pustaka Azzam), 2007.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Melayu S.P Hasibuan. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara), 2014.

Nasrun Harun. *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia), 2001.

Riduwan. *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung : ALFABETA), 2013.

Sandu Siyoto, Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literas Media Publishing), 2015.

Suhrawardi K. Lubis, dan Farid Wadji. *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset), 2014.

Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Terjemahan Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi*, (Jakarta: Pustaka al-kausar, 2013).

Sutriyani. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kumala Calebes Motor (Mazda Makassar)*, Skripsi (Disertai : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar), 2019.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung : Alfabeta, cet.5), 2014.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta), 2012

Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 3013).

Veithzal Rivai Zainal. *Islamic Marketing Manajemen*, (Jakarta : Bumi Aksara), 2017.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Yoeti, O.A. *Tour and Travel Marketing*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka utama), 2017.

B. Jurnal/Skripsi

Bety Windi Tondang, *Pengaruh Peomosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Pekanbaru*, Jom FISIP, Vol 6. Edisi II, 2019.

Dewi Kurnia Sari, *Analisis Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatra Utara*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol. 1, No. 4., 2013.

Devi Nopitas Sari, *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Niat Membeli Produk Private Label Alfamart*, Skripsi (Program Studi Administrasi Bisnis Internasional Terapan Departemen Administrasi Bisnis Negera Bengkalis), 2022.

Eris Dwiyanti, dkk, “*Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.*” *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* 8, no. 2 (2018): 153, <https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php>., 2021.

Erina Fajriya, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Koneumen Pada Toko Mkanan Fiza Desa Sungai Paku Singingi Hilir Ditinjau Dari Ekonomi Islam*, Skripsi (Disertai : Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), 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.

Geralda Sandrakhs, *Analisis Pengaruh Penilaian Konsumen Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk private Label*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Skripsi (Semarang), 2013.

Hikmawati, “*Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake dan Bakeri Chocolicious di Kota Makassar*”, (Skripsi: Universitas Islam Alauddin Makassar), 2019.

Ian Alfian, “*Analisis Pengaruh Label, Brand, Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*” dalam *At-Tawassuth*, Vol 2, No 1, 2017.

Ita Nurcholifah, “*Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*.” *Jurnal Of Islamic Studies*, Vol. 4, No. 1., 2014.

Maria Putri Novelia, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG) private label indomaret*, Skripsi (Universitas Jember), 2018.

Nora Pitri Nainggolan, “*Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kot Batam*” Vol 2.No 2., 2018.

Nur Utama Putri, *Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah*, Skripsi (Disertai: Universitas Islam Negeri Sultan Syariif Kasim Riau), 2020.

Puspita Disti Anggraini Sejati, *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Costumer Loyalty Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*, Skripsi,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

(Disertai : Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), 2020.

Surono, *Analisis Pengaruh Penetapan Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Skripsi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), 2010.

Utami, *Pengaruh Promosi Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria TBK Cabang Mataram*, Skripsi (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram), 2016.

Yande Agus Ardana, *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh E-WOM Terhadap Minat Beli SMARTPHONE Samsung Di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 11., 2018.

C. Website

<https://repository.unpas.ac.id/30693/6/BAB%20II.pdf>, diakses Pada 24 Oktober 2021, Pukul 11: 05.

<https://sites.google.com/site/alfamartejip/2-visi-misi>, diakses pada 20 April 2022, Pukul 21:22.

Artikel dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/159>. Diakses pada 12 Januari 2022, Pukul 10:50.

D. Wawancara

Mita Anggraiani, Masyarakat Sutomo Kota Siak, Wawancara, Siak. 15 Maret 2022.

Ria Wika Lestari, Masyarakat Sutomo Kota Siak, Wawancara, Siak. 15 Maret 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Kuisisioner Penelitian

LEMBAR KUISISIONER

UNIVERSITAS NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
2022

KUISISIONER PENELITIAN

Yth.

Saudara/I Responden Penelitian

Di Siak Sri Indrapura

Dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang Sutomo Kota Siak Ditinjau dari Ekonomi Islam, Maka saya :

Nama : Pitri Kurnia

Nim : 11820524464

Jurusan/Fakultas : Ekonomi Syariah / Syariah dan Ilmu Hukum

Dengan Kerendahan hati memohon kesediaan Saudara/I untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner yang terlampir. Jawaban Saudara/I akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilaksanakan. Saya mohon partisipasi Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan dijamin kerahasiaannya. Hasil dari angket ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian. Besar harapan saya, Saudara/I dapat membantu untuk menghasilkan analisis data secara tepat dan objektif. Demikian surat permohonan ini saya buat, Atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya
PITRI KURNIA

Lembar Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Identitas responden

- a. Nama / Inisial :
- b. Umur :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Pendidikan Terakhir :
- e. Alamat :
- f. Pekerjaan :
- g. Pendapatan Perbulan :
 - O Dibawah Rp. 500.000
 - O Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
 - O Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
 - O Diatas Rp. 3.000. 000

2. Petunjuk Pengisian

- a. Pertanyaan ini mohon diisi dengan sejujur-jujurnya.
- b. Sesuai dengan keadaan dan kenyataan yang ada.
- c. Berilah tanda checklist (\checkmark) pada salah satu pilihan jawaban pertanyaan sesuai dengan yang anda alami dan rasakan. Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu :

SS	= Sangat setuju = 5
S	= Setuju = 4
RR	= Ragu – Ragu = 3
TS	= Tidak setuju = 2
STS	= Sangat tidak setuju = 1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

a. Harga (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Harga produk dapat dijangkau oleh konsumen					
2.	Harga produk sesuai dengan kualitas yang ada					
3.	Harga produk yang dapat bersaing dengan produk lain					
4.	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan yang lain					
5.	Harga produk lebih murah dibandingkan dengan yang lain					

b. Promosi (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Melakukan promosi penjualan melalui media sosial, dan lain-lain					
2.	Banyaknya barang-barang baru yang ditawarkan kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk membeli					
3.	Seringnya promosi barang-barang baru di instagram menarik minat saya untuk membeli					
4.	Adanya tawaran membuat anda tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tersebut					
5.	Promo hemat yang ditawarkan kepada anda membuat anda tertarik untuk membeli					

c. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya sudah mengetahui informasi tentang kualitas produk yang akan dibeli					
2.	Saya sudah mengetahui prosedur pembayaran yang mudah					
3.	Saya akan melakukan produk secara terus menerus atau berulang-ulang					
4.	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk					
5.	Saya membeli produk sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus					

Sumber : W Febria (2018) dan dimodifikasi oleh peneliti

Lampiran II : Tabulasi Data

4	4	4	4	4
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
2,603	1,599	1,000	2,453	1,000
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	2,453	1,000
2,603	4,500	4,289	2,453	2,271
2,603	4,500	2,756	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	4,289	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
1,000	2,997	4,289	3,911	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
1,000	2,997	2,756	3,911	1,000
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	3,542
1,000	2,997	2,756	1,000	1,000
2,603	2,997	2,756	2,453	3,542
2,603	2,997	2,756	2,453	3,542
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	1,000
1,000	2,997	2,756	1,000	1,000
1,000	2,997	2,756	2,453	3,542
1,000	2,997	2,756	1,000	3,542
1,000	1,000	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	1,000
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271

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

2,603	4,500	2,756	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
1,000	2,997	2,756	3,911	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	1,000
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
2,603	4,500	2,756	3,911	3,542
1,000	2,997	2,756	2,453	3,542
2,603	4,500	2,756	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	1,000
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	2,997	2,756	2,453	1,000
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	2,997	2,756	2,453	1,000
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
1,000	2,997	2,756	1,000	1,000
1,000	2,997	2,756	3,911	1,000
1,000	2,997	2,756	2,453	1,000
2,603	4,500	4,289	3,911	1,000
1,000	2,997	2,756	1,000	1,000
2,603	1,599	1,000	2,453	1,000
1,000	2,997	2,756	2,453	1,000
1,000	2,997	2,756	2,453	3,542
1,000	2,997	2,756	2,453	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542

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

2,603	4,500	4,289	3,911	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	3,542
1,000	2,997	2,756	2,453	1,000
2,603	4,500	4,289	3,911	1,000
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	2,997	4,289	2,453	1,000
1,000	2,997	2,756	3,911	1,000
2,603	2,997	2,756	2,453	1,000
2,603	2,997	2,756	3,911	1,000
1,000	2,997	2,756	3,911	3,542
1,000	2,997	2,756	2,453	2,271
2,603	4,500	4,289	3,911	2,271



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU



Lampiran III : Hasil Olah Data SPSS

a. Uji Validitas

Correlations**.

		HRG_1	HRG_2	HRG_3	HRG_4	HRG_5	HRG_TOTAL
HRG_1	Pearson Correlation	1	.674**	.543**	.457**	.044	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.670	.000
	N	96	96	96	96	96	96
HRG_2	Pearson Correlation	.674**	1	.797**	.592**	.286**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.000
	N	96	96	96	96	96	96
HRG_3	Pearson Correlation	.543**	.797**	1	.675**	.372**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
HRG_4	Pearson Correlation	.457**	.592**	.675**	1	.442**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
HRG_5	Pearson Correlation	.044	.286**	.372**	.442**	1	.559**
	Sig. (2-tailed)	.670	.005	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
HRG_TOTAL	Pearson Correlation	.712**	.868**	.849**	.785**	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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.

Correlations

		PRO_1	PRO_2	PRO_3	PRO_4	PRO_5	PRO_TOTAL
PRO_1	Pearson Correlation	1	.819**	.742**	.589**	.356**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
PRO_2	Pearson Correlation	.819**	1	.886**	.715**	.459**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
PRO_3	Pearson Correlation	.742**	.886**	1	.736**	.399**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
PRO_4	Pearson Correlation	.589**	.715**	.736**	1	.377**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
PRO_5	Pearson Correlation	.356**	.459**	.399**	.377**	1	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
PRO_TOTAL	Pearson Correlation	.721**	.793**	.786**	.727**	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

1. Uji Reliabiliti Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.803	.827	5

2. Uji Reliabiliti Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.853	.886	5



3. Uji Reliabiliti Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.834	.834	5

B. Uji Asumsi Klasik

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.4079	23.6832	21.9583	1.08904	96
Std. Predicted Value	-2.342	1.584	.000	1.000	96
Standard Error of Predicted Value	.209	.622	.347	.082	96
Adjusted Predicted Value	19.3478	23.9148	21.9570	1.09703	96
Residual	-5.68324	4.37735	.00000	1.99252	96
Std. Residual	-2.822	2.174	.000	.989	96
Stud. Residual	-2.879	2.241	.000	1.005	96
Deleted Residual	-5.91478	4.65219	.00134	2.05738	96
Stud. Deleted Residual	-3.000	2.291	-.002	1.016	96
Mahal. Distance	.033	8.071	1.979	1.435	96
Cook's Distance	.000	.113	.011	.018	96
Centered Leverage Value	.000	.085	.021	.015	96

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Harga	Promosi
1	1	2.989	1.000	.00	.00	.00
	2	.007	20.505	.01	.74	.52
	3	.004	27.013	.99	.26	.48

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Harga ^b	.	Enter

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

Uji Autokolerasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.670	2	56.335	13.891	.000 ^b
	Residual	377.163	93	4.056		
	Total	489.833	95			

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.414	2.616		3.216	.002
	Harga	.215	.096	.212	2.239	.028
	Promosi	.396	.099	.377	3.985	.000

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.4079	23.6832	21.9583	1.08904	96
Residual	-5.68324	4.37735	.00000	1.99252	96
Std. Predicted Value	-2.342	1.584	.000	1.000	96
Std. Residual	-2.822	2.174	.000	.989	96

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Lampiran IV : Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Kerja	Gaji
1	Deni Aspita Nadaphap	Laki-laki	21-25 Tahun	Karyawan Vivo	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
2	Syaiful	Laki-laki	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
3	Awang	Laki-laki	26-30 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
4	Awi	Laki-laki	26-30 Tahun	Karyawan Vivo	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
5	Kamaruddin	Laki-laki	> 35 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
6	Sumitro	Laki-laki	26-30 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
7	Arif	Laki-laki	26-30 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
8	Amir Mahmud	Laki-laki	26-30 Tahun	Swasta	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
9	Dewo	Laki-laki	26-30 Tahun	Swasta	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
10	Johan S	Laki-laki	21-25 Tahun	Swasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
11	Selamat	Laki-laki	> 35 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
12	Khairul Amri	Laki-laki	31-35 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
13	Wanda	Laki-laki	15-20 Tahun	Swasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
14	Yon Indra Saputra	Laki-laki	> 35 Tahun	PNS	>Rp. 3.000.000
15	Arpi	Laki-laki	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
16	Jumintasir	Laki-laki	> 35 Tahun	PNS	>Rp. 3.000.000
17	Rafindra	Laki-laki	> 35 Tahun	PNS	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
18	Muhammad Amin	Laki-laki	26-30 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
19	Sutiono	Laki-laki	21-25 Tahun	Cs	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
20	Murdani	Laki-laki	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
21	Ali Imron	Laki-laki	> 35	Security	Rp. 1.000.000-

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
- Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan sumber.
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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

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

22	Evin Mustika	Laki-laki	Tahun > 35	Honor	Rp. 3.000.000 Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
23	Windra Saputra	Laki-laki	Tahun > 35	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
24	Gusdianto	Laki-laki	Tahun 31-35	Guru	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
25	Ayang	Laki-laki	Tahun 21-25	Dagang	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
26	Rodian	Laki-laki	Tahun > 35	Swasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
27	Bakarudin	Laki-laki	Tahun > 35	Security	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
28	Nicolas Saputra	Laki-laki	Tahun 26-30	Swasta	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
29	Ryan Adhitia Nusha	Laki-laki	Tahun 26-30	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
30	Maulana	Laki-laki	Tahun 21-25	Guru	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
31	RR	Laki-laki	Tahun 26-30	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
32	Jepri	Laki-laki	Tahun 31-35	Pegawai BUMD	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
33	Fachri	Laki-laki	Tahun 26-30	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
34	Veven Ertanto	Laki-laki	Tahun 31-35	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
35	Andri	Laki-laki	Tahun 31-35	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
36	Khoidi Syahputra	Laki-laki	Tahun 26-30	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
37	Faruq Alfatah	Laki-laki	Tahun 26-30	Swasta	>Rp. 3.000.000
38	Sulayman	Laki-laki	Tahun 26-30	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
39	Tomi Febrianto	Laki-laki	Tahun 15-20	Dagang	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
40	Iwan Pamuji	Laki-laki	Tahun 31-35	PNS	>Rp. 3.000.000
41	Ria Wika Lestari SPD	Perempuan	Tahun 21-25	Guru	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
42	Sri Harlina	Perempuan	Tahun > 35	PNS	>Rp. 3.000.000
43	Lisa Listiana	Perempuan	Tahun 26-30	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000



44	Lena	Perempuan	31-35 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
45	Olin Siregar	Perempuan	26-30 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
46	Indri Pratiwi	Perempuan	21-25 Tahun	Pegawai BUMD	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
47	T. Amannada Zaharani	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
48	T. Mira Zaharani	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
49	Nurhayati	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
50	Mita Anggraini	Perempuan	21-25 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
51	Erna Yunita	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
52	Lisa Aprilyani	Perempuan	26-30 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
53	Endah Kurniawati	Perempuan	26-30 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
54	Biasni Putriani Ks	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
55	Dias Putriani Ks	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
56	Sarjimah	Perempuan	31-35 Tahun	Cs	>Rp. 3.000.000
57	Lisnawati	Perempuan	26-30 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
58	Dona	Perempuan	31-35 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
59	Della Utari	Perempuan	15-20 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
60	Afika Wulan dari	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
61	Athifa Salsabila	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
62	Iffa Astilrahma	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
63	Ani Sulfiani	Perempuan	26-30 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
64	Yuni Sarfika	Perempuan	26-30 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
65	Epriani	Perempuan	21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
66	Safara	Perempuan	15-20 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

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



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

57	T. Intan Zaharani	Perempuan	Tahun 26-30 Tahun	Honor	1.000.000 Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
58	Susilawati	Perempuan	Tahun 21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
59	Yolanda	Perempuan	Tahun 26-30 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
60	Kasrawati	Perempuan	Tahun > 35 Tahun	PNS	>Rp. 3.000.000
61	Rosmiani	Perempuan	Tahun > 35 Tahun	PNS	>Rp. 3.000.000
72	Zaleha	Perempuan	Tahun 31-35 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
73	Herlina SPD	Perempuan	Tahun 26-30 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
74	Winda Afriani	Perempuan	Tahun 15-20 Tahun	Dagang	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
75	Jumimariani	Perempuan	Tahun > 35 Tahun	IRT	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
76	Bella	Perempuan	Tahun 21-25 Tahun	Mahasiswi	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
77	Hayati Rani	Perempuan	Tahun 21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
78	Siti Fatimah	Perempuan	Tahun 21-25 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
79	Wiwin Hasniati	Perempuan	Tahun 26-30 Tahun	Honor	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
80	Sri Hartati	Perempuan	Tahun > 35 Tahun	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
81	Rina Yulianda	Perempuan	Tahun 26-30 Tahun	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
82	Viqi Anggreana	Perempuan	Tahun 26-30 Tahun	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
83	Devi Nopita Sari	Perempuan	Tahun 21-25 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
84	Wilola Syafitri	Perempuan	Tahun 21-25 Tahun	Pegawai BUMD	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
85	Mawarni Rahmawati	Perempuan	Tahun 15-20 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
86	Nurlaili	Perempuan	Tahun > 35 Tahun	IRT	Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000
87	KE	Perempuan	Tahun 26-30 Tahun	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
88	Dien Wika Wulandari	Perempuan	Tahun 21-25 Tahun	IRT	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000

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



Hak Cipta dan Undang-Undang

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

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

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

99	Mallinda	Perempuan	26-30 Tahun	Pegawai BUMD	>Rp. 3.000.000
90	HS	Perempuan	> 35 Tahun	PNS	>Rp. 3.000.000
91	Mariati	Perempuan	> 35 Tahun	IRT	< Rp. 500.000
92	Susilawati	Perempuan	26-30 Tahun	Dagang	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
93	Nurhayani	Perempuan	> 35 Tahun	IRT	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
94	Anggun Listia	Perempuan	21-25 Tahun	Dagang	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
95	Lilis Suryani	Perempuan	21-25 Tahun	Dagang	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
96	Hawmar Rosyida	Perempuan	31-35 Tahun	Honor	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000

DOKUMENTASI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



©

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.



f 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.



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul : **“Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman ”Alfamart” Cabang Sutomo Kota Siak Ditinjau Dari Ekonomi Islam”**, yang ditulis oleh :

Nama : Pitri Kurnia
 Nim : 11820524464
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 21 Juni 2022
 Waktu : 08:00 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, 06 Juli 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sc.

Sekretaris
Musnawati, S.E., M.AK.

Penguji I
Wali Saputra, SE., AK., MA.

Penguji II
Kamiruddin, M.Ag.

Kepala Sub Bagian Akademik
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 197508012007011023

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



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

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

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

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

Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : PITRI KURNIA
NIM : 11820524464
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul : PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN MEREK "ALFAMART" CABANG SUTOMO KOTA SIAK DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM

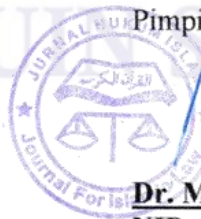
Pembimbing I : Nuryanti, SE., M.Sy

Pembimbing II : Haswir, M.Ag

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

Pekanbaru, 13 Juli 2022

Pimpinan Redaksi,



Dr. M. Alpi Svahrin, S.H., M.H., CPL
 NIP. 198804302019031010

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

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

ipta Diindungi Undang-Undang

cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



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

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 26 Oktober 2021

Undang-Undang : Un/04/F.I/PP.01.1/9889/2021

Diilindungi : Penting

Pembimbing Skripsi

Kepada

Yth. L. Nuryanti, SE., M.Sy , Pemb. I Materi

UIN N. Haswir, M.Ag , Pemb. II Metodologi

Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Dengan Hormat,

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi sebagai berikut :

Nama	PITRI KURNIA
NIM	11820524464
Jurusan	Ekonomi Syariah S1
Judul Skripsi	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Private Label Alfamart Sutomo Di Kota Siak Ditinjau Dari Ekonomi Islam
Lama Membimbing	Maksimal 6 bulan (26 Oktober 2021- 26 April 2022)

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi, sebagaimana proposal terlampir. Demikian disampaikan atas kerjasama Saudara, terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan I



Dr. H. Erman, M.Ag

NIP. 19751217 200112 1 003

Tembusan:

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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



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

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
 كلية الشريعة والقانون
FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani - Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. /Fax 0761-562052
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/904/2022
 Sifat : Biasa
 Lamp. : 1 (Satu) Proposal
 Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 08 Februari 2022

Kepada
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Provinsi Riau

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

Nama : PITRI KURNIA
 NIM : 11820524464
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1
 Semester : VIII (Delapan)
 Lokasi : Alfamart Siak Sri Indrapura

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK PRIVATE LABEL ALFAMART DI JALAN SUTOMO KOTA SIAK DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM.

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

Demikian disampaikan, terima kasih.



a.n. Rektor
 Dekan

Dr. Zulkipli, M.Ag
 NIP. 197410062005011005

Tembusan :
 Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

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

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/45024
 TENTANG



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

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/FI/PP.00.9/904/2022 Tanggal 8 Februari 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | PITRI KURNIA |
| 2. NIM / KTP | : | 11820524464 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK PRIVATE LABEL ALFAMART DI JALAN SUTOMO KOTA SIAK DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : | ALFAMART SIAK SRI INDRAPURA |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

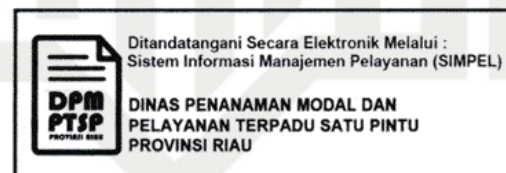
1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

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

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 9 Februari 2022



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Bupati Siak
- Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Siak Sri Indrapura
- Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Bersangkutan

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Cipta Dilindungi Undang-undang
 Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya
 State Islamic University of Sunan 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.

RIWAYAT PENULIS

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.



Pitri Kurnia yang kerap dipanggil Pitri. Lahir di Siak Sri Indrapura pada 09 Januari 2000. Saya adalah anak kedua dari 3 bersaudara yang terlahir dari pasangan Bakarudin (Ayah) dan Nurhayani (Ibu). Menyelesaikan pendidikan di TK Muslim pada tahun 2006, SDN Kampung Dalam Siak dan tamat pada tahun 2012, SMPN 2 Siak dan tamat pada tahun 2015 dan selanjutnya menempuh pendidikan di SMAN 2 Siak dan tamat pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan pendidikan di UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang lulus Mengikuti jalur Mandiri, Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Mempura Kec. Siak, Kab.Siak, Riau dan pengalaman profesi kerja Lapangan (PKL) di Baznas Kab. Siak.

Alhamdulillah Penulis Menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dengan judul skripsi “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang Sutomo Kota Siak Ditinjau dari Ekonomi Islam” pada tahun 2022 dan berhak menyandang Gelar Sarjana Ekonomi S.E.

Wasalamu 'alaikum Wr. Wb.