

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 LAYANAN *FOOD DELIVERY (GO-FOOD)*  
TERHADAP PENJUALAN USAHA KULINER DITINJAU MENURUT  
EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus *Go-Food* di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Sebagai Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)  
Fakultas Syariah dan Hukum



Oleh:

**VIKI HUSNA**

**NIM: 11820521014**

**PROGRAM S1  
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
1444 H/2022 M**



**PERSETUJUAN**

Skripsi ini dengan judul *Pengaruh Layanan Food Delivery (Go-food) Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Go-food Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)* yang ditulis oleh:

Nama : Viki Husna  
 NIM : 11820521014  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pembimbing I

Desi Rahmatillah M.E, Sy  
 NIK. 130 217 030

Pekanbaru, 13 Juni 2022  
 Pembimbing II

HJ. Mardianan M.A  
 NIP. 19740410 199003 3 001

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

Universitas 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.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **“PENGARUH LAYANAN *FOOD DELIVERY* (GO-*FOOD*) TERHADAP PENJUALAN USAHA KULINER DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (studi kasus diKecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)”**, yang ditulis oleh :

Nama : **Viki Husna**  
 NIM : 11820521014  
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : **Selasa, 28 Juni 2022**  
 Waktu : **13.00 WIB**  
 Tempat : **Ruang Munaqasah**

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

**Pekanbaru, 28 Juni 2022 M**  
**TIM PENGUJI MUNAQASAH**

Ketua  
**Dr. Budi Azwar, S.E, M.Ec**

Sekretaris  
**Nuryanti, S.E.I., M.E, Sy.**

Penguji I  
**Musnawati, S.E., M.Ak.**

Penguji II  
**Muhammad Albahi, S.E., M.Si., Ak.**

Mengetahui:  
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Zulkifli, M.Ag**

NIP. 19741006 200501 1 005



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Viki Husna  
NIM : 11820521014  
Tempat/ Tgl. Lahir : Pekanbaru , 05 November 2000  
Fakultas : Syariah dan Hukum  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Layanan *Food Delivery (Go-Food)* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

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

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

Pekanbaru, 19 Juni 2022  
Yang membuat pernyataan



Viki Husna  
NIM : 11820521014

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



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### **Viki Husna (2022) : Pengaruh Layanan *Food Delivery*( *Go-food*) Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner**

Layanan *food delivery* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara daring yang menghubungkan restoran dengan konsumen. *Platform* ini menyediakan dan menampilkan restoran di kawasan tertentu sesuai lokasi konsumen. Konsumen dapat langsung melihat menu, memesan, hingga melakukan pembayaran melalui aplikasi digital

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh layanan *food delivery* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner (studi kasus *go-food* di kecamatan payung sekaki kota Pekanbaru). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 200 pemilik usaha dan jumlah sampel 30 orang, ditentukan dengan menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu instrument penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis penelitian dengan bantuan software SPSS 20.

Hasil dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa nilai R Square = 0,435 atau 43,5%. Maka layanan *food delivery* (Variabel X) berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan (Variabel Y) sebesar 43,5% dan sisanya (100% - 43,5% = 56,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil Uji t Variabel layanan *food delivery* memiliki  $t_{hitung}$  4.645 dengan  $t_{tabel}$  0,361. Jadi,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel *food delivery* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan (Y). Menurut ekonomi syariah dalam jual beli diwajibkan sesuai dengan aturan-aturan dan hukumnya dan juga sesuai dengan syarat dan rukun yang terdapat dalam Al-Quran, sunnah, dan hadist.

**Kata kunci : *Food Delivey* (Go-food), Peningkatan Penjualan, Usaha Kuliner**



## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, hidayah, kemudahan, serta limpahan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.” disusun oleh penulis guna melengkapi syarat akademik pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, arahan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara khusus penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Kedua orang tua tercinta yaitu Ayahanda Golek Santoso dan Ibunda Ermawati serta kakak dan abang tersayang, abang Muhammad Rafi, Rahmad Santoso, Jefri, dan kakak Rahmayati yang selama ini sudah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis dalam menyelesaikan studi di UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- 2) Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru serta Civitas akademika Uin Suska Riau
- 3) Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, beserta Wakil Dekan I Bapak Dr. H. Erman, M. Ag., Wakil Dekan II Bapak Dr. H.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Mawardi, M. Si., Wakil Dekan III Ibu Dr. Sofia Hardani, M. Ag., dan seluruh Bapak Ibu Dosen dan Pegawai Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan kemudahan selama penulis melakukan perkuliahan dan mencurahkan ilmunya kepada penulis.

- 4) Bapak Muhammad Nurwahid, M. Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan bapak Syamsurizal, SE, M.sc, Ak, selaku sekretaris jurusan ekonomi syariah yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi.
- 5) Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag M. Sh, Ec selaku Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi dan nasehat tiada henti dalam penyusunan skripsi ini.
- 6) Bapak Deni Rahmatillah, ME. Sy dan ibu Hj. Mardiana, M.A selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran, kesabaran, dan keikhlasan dalam membimbing, memberi masukan serta mengarahkan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih tak terhingga penulis ucapkan.
- 7) Seluruh dosen pengajar dan staff Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan banyak ilmu dan juga membantu banyak dalam kelancaran studi.
- 8) Pimpinan pustaka ibu Rasdanelis, S. Ag., SS, M.Hum dan seluruh staff perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- 9) Teman-teman Ekonomi Syariah F angkatan 2018 yang telah menemani penulis menyelesaikan studi perkuliahan terutama kepada Fadhlil Rahmi dan Aidil Mahendra yang sangat-sangat membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

10) Kepada rekan-rekan sejawat lainnya yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang juga sudah membantu banyak penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga memberikan semangat kepada penulis.

Atas semua bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, semoga dengan ini membawa kita kedalam kebaikan yang diridhoi oleh Allah SWT.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pekanbaru, 1 Juni 2022  
Penulis

VIKI HUSNA  
NIM : 11820521014

UIN SUSKA RIAU





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Batasan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>C. Rumusan Masalah .....</b>	<b>10</b>
<b>D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>E. Sistematika Penulisan.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>A. Jual Beli.....</b>	<b>13</b>
<b>B. Pemasaran .....</b>	<b>14</b>
<b>C. Pemasaran Syariah .....</b>	<b>15</b>
<b>D. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....</b>	<b>17</b>
<b>E. Teori Permintaan .....</b>	<b>22</b>
<b>F. Perilaku Konsumen .....</b>	<b>23</b>
<b>G. Peningkatan Penjualan .....</b>	<b>25</b>
<b>H. Usaha kuliner .....</b>	<b>26</b>
<b>I. Layanan Food Delivery (Go-Food) .....</b>	<b>27</b>
<b>J. Ekonomi Islam .....</b>	<b>28</b>
<b>K. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>30</b>
<b>L. Studi Kepustakaan.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
<b>A. Metode Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>1. Jenis dan Lokasi Penelitian .....</b>	<b>35</b>
<b>2. Subjek dan Objek Penelitian .....</b>	<b>35</b>



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

3.	Populasi Dan Sampel .....	36
4.	Sumber Data.....	37
5.	Teknik Pengumpulan Data .....	38
6.	Analisis Data Penelitian .....	41
D.	Uji Instrumen Penelitian.....	41
E.	Uji Asumsi Klasik .....	43
F.	Uji Hipotesis Penelitian.....	44
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>47</b>
A.	Gambaran Umun Tempat Penelitian.....	47
1.	Sejarah Kota Pekanbaru .....	47
2.	Letak Geografis.....	48
3.	Sejarah PT Gojek Indonesia .....	48
4.	Visi dan Misi PT Gojek Indonesia.....	50
5.	Letak Geografis .....	51
B.	Karakteristik Demografi Responden Penelitian.....	51
C.	Hasil Analisis .....	53
D.	Analisis Data .....	55
1.	Uji Instrumen Penelitian.....	55
2.	Uji Asumsi Klasik .....	58
3.	Uji hopotesis penelitian .....	60
4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>70</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>.....</b>	<b>70</b>
A.	Kesimpulan .....	70
B.	Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>72</b>



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi pada era globalisasi saat ini berkembang dengan sangat pesat. Seiring berjalannya waktu, di era globalisasi perkembangan teknologi mengambil peranan yang sangat penting karena mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas kehidupan. Disaat ini, dunia mengenal teknologi yang dinamakan media internet, dimana setiap orang melalui media ini memperoleh dan menyampaikan informasi yang di butuhkan kapan dan dimana saja<sup>1</sup>. Media internet pun selain menjadi salah satu sarana komunikasi dan juga memberikan peluang bagi siapa saja untuk menjalankan bisnis. Mengikuti perkembangan yang ada membuat masyarakat yang bersifat tradisional berubah menjadi semakin modern baik perilaku maupun budaya. Menjelaskan hasil utama dari survei pengguna internet Indonesia 2019-2020. Saat ini penetrasi pengguna internet Indonesia berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen dari tahun 2018.<sup>2</sup>

Gojek (sebelumnya ditulis Go-jek) merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Saat ini, Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Hingga

<sup>1</sup> Felicia Laurent, “Pengaruh E- Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-JEK Melalui Kepuasan Pelanggan”, (AGORA Vol. 4 No. 2, 2016), h. 95

<sup>2</sup> Kominfo, “Pengguna Internet”, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi>, diakses pada tanggal 25 Oktober 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau

bulan Juni 2016, aplikasi Gojek sudah diunduh sebanyak hampir 10 juta kali di Google Play store pada sistem operasi Android, dan telah tersedia di App Store. Gojek juga mempunyai layanan pembayaran digital yang bernama Gopay. Selain di Indonesia, layanan Gojek kini telah tersedia di Thailand, Vietnam dan Singapura.<sup>3</sup>

Panggilan telepon, Gojek kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, *logistic*, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.<sup>4</sup>

Setelah sukses mengenalkan bisnis ojek online kepada masyarakat Indonesia, *CEO* Gojek Indonesia Nadiem Makarim, mulai melebarkan sayap bisnisnya menysasar bidang lain. *Platform* yang dikembangkan Gojek memang memungkinkan hal tersebut. Salah satu layanan barunya adalah *Go-Food*.<sup>5</sup>

Indonesia merupakan suatu Negara yang memiliki serta menyajikan berbagai produk kuliner. Karena beragamnya produk makanan tersebut, tidak semua masyarakat mengetahui dan mengenal makanan-makanan serta produk kuliner yang ada secara menyeluruh. Keberadaan *Go-Food* sebagai bagian dari Gojek, diharapkan mampu mengenalkan serta menginformasikan masyarakat akan keberagaman tersebut.

<sup>3</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek> (Halaman ini terakhir diubah pada 31 Agustus 2021, pukul 03.49)

<sup>4</sup> Lalu Muhammad Fahri, “*Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya*”, Skripsi, 2016, h. 4

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 5



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

*Go-Food* berusaha mempromosikan kekayaan kuliner khas Indonesia, tercatat lebih 37.000 usaha kuliner yang bermitra dengan *Go-Food*. Linear dengan Gojek yang mencitrakan diri sebagai perusahaan anak negri, *Go-Food* sebagai layanan dari Gojek berusaha membantu promosi dan penjualan makanan produk anak negri. Pengembangan dari layanan ini tidak hanya dari jasa antar beli makanan, yakni juga membantu mempromosikan usaha masyarakat kecil, seperti pedagang kaki lima yang kita ketahui tidak semua mempunyai jasa delivery makanan<sup>6</sup>.

*Go-Food* merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* layaknya delivery order di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan smartphone dan membuka fitur Gojek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang bekerja sama dengan Gojek. Makanan akan dipesan dan dia antar langsung oleh Gojek. Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan delivery order dari sebuah restoran<sup>7</sup>.

Bagi pengusaha kuliner, terutama Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yang memiliki budget terbatas untuk mengembangkan layanan delivery order, *Go-Food* bisa menjadi salah satu alternatif yang sangat membantu. Pengusaha UMKM bisa memiliki layanan *delivery order* tanpa harus menyiapkan armada. Dengan begitu, pengusaha tidak perlu mencari atau mengaji sumber daya manusia (SDM) untuk *delivery*. Lebih ekstrim

<sup>6</sup>*Ibid*, h. 6.

<sup>7</sup>M. majalahfranchise.com/, “memanfaatkan Go-Food sebagai Layanan Food Delivery”, (diakses pada 17 November 2017, pukul 10.35 WIB).



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

lagi, pengusaha tidak perlu memiliki store atau toko untuk berjualan. *Go-Food* juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas.

Bayangkan saja, saat ini ada lebih kurang 200 ribu armada roda dua Gojek di Indonesia yang bisa dimanfaatkan sebagai layanan *food delivery*. Syaratnya pun cukuplah mudah, tinggal bekerja sama dengan Gojek sehingga menu atau produk kuliner yang dijual bisa masuk kedalam menu pilihan di fitur *Go-Food*.<sup>8</sup>

Kehadiran aplikasi Gojek yang didalamnya terdapat layanan *Go-Food*, membuat pengguna aplikasi ini dapat memesan menu apapun yang diinginkan dari berbagai pilihan restoran. Dengan demikian, pelaku usaha kuliner atau restoran kecil dan menengah yang tidak memiliki layanan pesan antar dapat memperluas pasarnya dan bersaing dengan restoran waralaba kelas internasional dalam menjajakan dagangannya.

Berdasarkan data dari tim *Business Intelligence* Gojek, dari total 100.000 usaha kuliner yang telah bergabung dengan *Go-Food* sebanyak 40.000 merupakan pelaku usaha lokal yang menjual makanan khas Indonesia. Data Gojek menunjukkan, penjualan pendapatan industry makanan kecil dan menengah meningkat 345% sejak bergabung menjadi mitra *Go-Food*. Dengan demikian banyak pengusaha kuliner di Kecamatan Payung Sekaki kota Pekanbaru yang bergabung dengan aplikasi tersebut dengan melakukan pemasaran atau penawaran menggunakan promo promo yang menarik.

<sup>8</sup><https://dailysocial.id/wire/gabung-go-food-pengusaha-ukm-kuliner-tingkatkan-penjualan-v-hingga-345>, (diakses pada 20 November 2017, pukul 12.30 WIB), diakses pada tanggal 26 Oktober 2021

Tidak terbatas pada pertumbuhan di sisi konsumen, pertumbuhan juga terjadi pada sisi produsen. Kehadiran *Go-Food* mampu memberikan kesempatan bagi para pengusaha kuliner kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya. Saat ini Gojek termasuk layanan *Go-Food* telah hadir di 50 Kota dan lebih dari 100.000 usaha kuliner yang telah bergabung dari mulai kaki lima hingga *fine dining*.

**Tabel 1.1**

Jumlah usaha kuliner yang bergabung di aplikasi *Go-Food* di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru

No	Nama Usaha Kuliner	Lokasi Usaha Kuliner
1	Pecel Lele Lutfi	Jl. Pemuda No. 32
2	Magobil	Jl. Pemuda No. 22
3	Magobil Reborn	Jl. Pemuda No. 18
4	Rujak Cabang Ajo Jati	Jl. Pemuda (didepan siak Residence)
5	Warung Gibran	Jl. Mahardika No. 26
6	Bakso Mie Ayam 313	Jl. Pemuda No 36
7	Bakso mie Ayam Mutiara	Jl. Mutiara No. 27
8	Ayam Geprek Gibran	Jl. Mahardika No.26
9	Vivae Café	Jl. Pemuda Gg Repelita
10	Ayam Penyet Bude Erna	Jl. Pemuda Gg Repelita 2
11	Pisang keju 89	Jl. Pemuda

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

12	Sate Tanjung Mutiara	Jl. Pemuda
13	Ketoprak Jakarta	Jl. Pemuda Ujung No. 3
14	Rumah Kepiting	Jl. Siak No. 44
15	Nasi Goreng Om Lutfi	Jl. Pemuda Gg Damai
16	Rocket Chiken	Jl. Kayu Manis No.
17	Ayam Geprek Susu	Jl. Kayu manis No.
18	Pisan Keju	Jl. Pemuda No. 65
19	Rocket Chicken	Jl. Kayu Manis No.39
20	Burger Abah	Jl. Kayu Manis No 43
21	Labbaik Chicken	Jl. Pemuda No.29
22	Nasi Uduk Mas Agus	Jl. Riau Ujung
23	4Rainbow	Jl. Kayu Manis
24	Ayam Pitbong	Jl. Kayu Manis No.88
25	Juice 3 Putri	Jl. Pemuda No. 39
26	Martabak King	Jl. Kayu Manis no. 65
27	Ayam Penyet Adudu	Jl. Riau Ujung No. 58
28	Swiss Bakery	Jl. Jambu Ujung No. 46
29	Warung Enak Mas Pandu	Jl. Riau Ujung Gg Makmur
30	Sel-Sel Anggrek	Gg. Anggrek No. 14

Sumber 1 Aplikasi Go-Food





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Mengenai tarif biaya/kmnya di Pekanbaru ini pelanggan *Go-Food* akan di kenai biaya antar sebesar Rp.4000 untuk pembelian menggunakan *Go-Pay* di restoran *Go-Food partner*. Sementara itu di restoran *Non partners* dan menggunakan *Go-Pay* akan dikenakan biaya Rp.9000 maksimal 5 km (Rp2000/km). Bagi anda yang bertransaksi menggunakan uang tunai di restoran *Go-Food partner* akan dikenakan biaya sebesar Rp.9000. Sedangkan pembelanjaan tunai di restoran *Non partner* akan di kenakan biaya antar sebesar Rp.2000/km dengan tarif minimum Rp.10000.

Dari data daftar usaha kuliner diatas peneliti mewawancari 3 tempat usaha yang bergabung di aplikasi *Go-Food* :

1. Bakso mie ayam 313: bergabung aplikasi *Go-Food* pada tahun 2019 dan merasa mengalami 30% peningkatan penjualan
2. Magobil Reborn : bergabung aplikasi *Go-Food* pada tahun 2018. Disiini pengusaha mengalami 50% peningkatan penjualan ditahun 2019 dan pada tahun 2020 mereka merasa tidak mengalamii peningkatan penjualan dengan aplikasi tersebut.
3. Warung Gibran : bergabung aplikasi *Go-Food* pada tahun 2019 dan merasa mengalami peningkatan penjualan dengan bergabung di aplikasi *Go-Food* ini. Dan pemilik outlet ini mengatakan bahwa iya menggunakan 2 sekaligus aplikasi *Go-Food* dikarenakan pemilik outlet ini merasa lebih banyak peningkatan penjualan dengan bergabung di aplikasi tersebut dibandingkan makan ditempat (*Dine-in*).



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 juga mewawancarai 2 tempat usaha kuliner yang tidak mengalami peningkatan penjualan:

1. Vivae Cafe : bergabung di apalikasi *Go-Food* tahun 2019 dan tidak merasa mengalami peningkatan penjualan selama bergabung di aplikasi *Go-Food*.
2. Pecel Lele Om Lutfi : bergabung di aplikasi *Go-Food* tahun 2019 tidak merasa mengalami peningkatan penjualan selama bergabung di aplikasi *Go-Food*.<sup>9</sup>

Dalil pertama: keumuman dalil yang menghalalkan jual beli, sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (Q.S. Al-Baqarah: 275).<sup>10</sup>

Berdasarkan ayat ini dan lainnya para ulama’ menyatakan bahwa hukum asal setiap perniagaan adalah halal, kecuali yang nyata-nyatannya diharamkan dalam dalil yang kuat lagi shahih.

Dalil kedua: Nabi Muhammad SAW pernah memesan agar di buatkan cincin dari perak. Sebagaimana dalam hadist yang artinya:

عَنْ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ أَرَادَ أَنْ يَكْتُبَ إِلَى الْعَجَمِ فَقِيلَ لَهُ إِنَّ الْعَجَمَ لَا يَقْبَلُونَ إِلَّا كِتَابًا عَلَيْهِ خَاتِمٌ فَا صُنِّعَ خَاتَمًا مِنْ فِضَّةٍ قَالَ كَأَنِّي أَنْظُرُ إِلَى بَيَا ضِبِّهِ فِي يَدِهِ. رواه مسلم

<sup>9</sup> Bapak lutfi ,( pemilik usaha ) wawancara, 28 November 2021.

<sup>10</sup> Departemen Agama RI, 2007, *Mushaf Al-Quran dan Terjemah*, Tangerang: PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk, hlm 47

Artinya :“Diriwayatkan dari sahabat Anas r.a, pada suatu hari Nabi SAW hendak menuliskan surat kepada beliau: Sesungguhnya raja-raja non Arab Saudi meneria surat yang tidak distempel , mka beliaupun memesan agar ia dibuatkan cincin stempel dari bahan perak. Anas menisahkan: Seakan-kan sekarang ini aku dapat menyaksikan kemilau putih ditangan beliau”.(HR. Muslim).<sup>11</sup>

Perbuatan Nabi ini menjadi bukti nyata bahwa akad *istishna'* adalah akad yang di bolehkan. *Istishna'* adalah memesan kepada perusahaan untuk memproduksi barang atau komoditas tertentu untuk pembeli atau pemesan.<sup>12</sup> Akad *istishna'* adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu yang disepakati antara (pembeli, *mustashni'*) dengan penjual (pembuat, *shani'*). *Shani'* akan menyiapkan barang yang dipesan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dimana ia dapat menyiapkan sendiri atau melalui pihak lain (*ishtisna' parallel*).<sup>13</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas beberapa pengusaha kuliner menggunakan *Go-Food* untuk meningkatkan penjualannya, Penelitian yang akan dilakukan memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang terdahulu, dengan begitu penelitian ini menggunakan teori pemasaran dan teori permintaan.

Berdasarkan fakta di atas, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa  
**“Pengaruh Layanan *Food Delivery (Go-Food)* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)”**

<sup>11</sup> Muhammadiyah Fuad Abdul Baqi, 2017, *Shahih Bukhari Muslim (Al-Lu'Lu' Wal Marjan)*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, nomor Hdits 1356, h 793.

<sup>12</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 20018), h 96.

<sup>13</sup> Sri Nurhayato dan Wasilah, *Akuntansi syariah di Indonesia*, (Jakarta: selemba Empat, 2009), edisi 2 revisi, h. 210.

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



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu “pengaruh layanan *food delivery (GO-FOOD)* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner ditinjau menurut ekonomi syariah (Studi Kasus di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah Layanan *Delivery (Go-Food)* Berpengaruh Dalam Penjualan Usaha Kuliner di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru?
- b. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah mengenai pengaruh penjualan usaha kuliner yang bergabung pada layanan *Go-Food*?

### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini :

1. untuk mengetahui pengaruh layanan *food delivery (Go-Food)* dalam peningkatan penjualan usaha kuliner ditinjau menurut ekonomi Syariah.
2. Untuk melengkapi tugas-tugas sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Syari’ah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan penganalisaan tentang layanan *food delivery*.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi kajian lebih lanjut mengenai masalah yang berhubungan dengan penelitian ini, serta memberikan tambahan wawasan, pengetahuan dan pemahaman tentang layanan *Go-Food*.
3. Bagi pembaca dan peneliti lain, dapat digunakan sebagai referensi khususnya yang tertarik meneliti mengenai *Go-Food* / Gojek.

#### E. Sistematika Penulisan

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

Pada bab pendahuluan yang membahas berbagai gambaran singkat dan mencapai tujuan penulisan yang meliputi, latar belakang masalah, batasan masalah, lokasi penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian .

##### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini membahas teori-teori yang melandasi masalah penelitian dan menjadi dasar acuan untuk menganalisa serta menggambarkan kerangka teori dan menarik hipotesa yang terdiri dari, *e-Commerce*, pemasaran, pemasaran jasa, bauran pemasaran, teori permintaan, peningkatan penjualan, usaha kuliner, layanan *Go-Food*, ekonomi islam.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan, lokasi dan objek penelitian, populasi dan penarikan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel serta teknik analisis data.

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

Pada bab ini dijelaskan hasil penelitian dan pembahasan hasil peneliti meliputi pengaruh layanan *food delivery* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner ditinjau menurut ekonomi syariah.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab penutup dari penulisan yang berisi kesimpulan dan saran dari pembahasan yang telah penulisa uraikan.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Jual Beli

Secara bahasa, jual beli berarti menukar sesuatu dengan sesuatu.<sup>14</sup> Jual beli adalah akad *mu'awadhah*, yakni akad yang dilakukan oleh dua pihak, dimana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang. Syafi'iah dan Hanabilah mengemukakan bahwa objek jual beli bukan hanya barang (benda), tetapi juga manfaat, dengan syarat tukar menukar berlaku selamanya, bukan untuk sementara.<sup>15</sup>

##### 1. Rukun dan Syarat Jual beli

Dalam pembahasan jual beli, ada beberapa syarat dan rukun yang harus dipenuhi. Para Ulama berbeda pendapat dalam menentukan rukun dan syarat jual beli. Adapun rukun jual beli menurut jumbuh Ulama ada 4 yaitu :

- a. Orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli)
- b. *Sighat* (ijab dan qabul)
- c. *Ma'qud* alaih (benda atau barang )
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Wahbah az-Zuahaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid V (Jakarta: Gema Insani, 2011) h. 25

<sup>15</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 177

<sup>16</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, Cet. II, 2007), h. 115



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Sate Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Adapun syarat jual beli

- a. Berakal sehat maksudnya, harus dalam keadaan tidak gila, dan sehat rohaninya
- b. Dengan kehendaknya sendiri (tanpa paksaan) maksudnya, bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain.

## B. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang digunakan individu, rumah tangga ataupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain<sup>17</sup>. Pemasaran dalam definisi manajerial disebut “seni untuk menjual produk” tetapi bagian terpenting dari pemasaran bukanlah menjual, karena menjual merupakan ujung dari gunung es pemasaran<sup>18</sup>. Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Menurut *American Marketing Association* dalam Tjiptono pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat luas.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profosibel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 20

<sup>18</sup> Arif Yuduf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Purnada Media Group, 2006), h. 196

<sup>19</sup> Tjiptono, Fandy, *Pemassaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, edisi Pertama*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), 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.

### C. Pemasaran Syariah

Paradigma baru dalam pemasaran, yang dilandasi oleh kebutuhan paling pokok, paling dasar, yaitu kejujuran, moral, dan etika dalam bisnis. Hal inilah yang dinamakan spiritual marketing. Dalam bahasa syariah (Islam), spiritual marketing adalah tingkatan “pemasaran langit”, yang karena didalamnya keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah (bisnis syariah), mengandung nilai ibadah, yang menjadikannya berada pada puncak tertinggi dalam pemasaran. Pada kegiatan pemasaran setiap individu harus terbebas dari eksploitasi individu lainnya. Islam dengan tegas melarang seorang muslim merugikan orang lain. Sebagaimanas firman Allah SWT dalam QS: Ash Syu’ara’ 183.<sup>20</sup>:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ

Artinya: ”Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”.( QS: As-Syu’ara’ 183).<sup>21</sup>

Dalam Islam ada tempat karakteristik pemasaran atau *syariah marketing* yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar, yaitu:

- a. *Ar-ridha* yaitu semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan kerelaan antara tiap-tiap pihak (*freedom contract*). Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT. Dalam ayat berikut:

<sup>20</sup> Khazin Zaki, *Manajemen Syariah Viral Marketing Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Studi Kasus Pada Perusahaan Start Up Soaial*, (Purwokerto: CV Amerta Media, 2020), h. 43.

<sup>21</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran dan Terjemah*, (Tangerang: PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk, 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.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
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 batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu.sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.” (Q,S An-Nisa : 29)

- b. Persaingan sehat (*fair competition*) yaitu mekanisme dan kegiatan dalam pasar akan aman jika terdapat persaingan sehat. Mekanisme pasar akan terhambat jika terdapat penimbunan (ihtikar) ataupun monopoli. Monopolii bererti pengadaann barang yang penahanannya dapat membahayakan konsumen atau orang banyak.
- c. Kejujuran (*honesty*) yaitu pilar penting dalam islam. Islam secara tegas melarang melakukan kebohongan atau penipuan dalam bentuk dan keadaan apapun, termasuk dalam mekanisme pasar. Dalam hal ini, kejujuran merupakan nama lain dari kebenaran itu sendiri, sebagai firman Allah Swt. Dalam ayat berikut:

قُلْ صَدَقَ اللَّهُ فَاتَّبِعُوا مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ



Artinya: “*katakanlah (9Muhammad), “benarlah (apa yang difirmankan) Allah,” maka ikutilah agama Ibrahim yang lurus, dan bukanlah ia termasuk orang-orang yang musyrik*” (Q.S Al-Imran : 95).<sup>22</sup>

#### D. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Pemasaran mempunyai fungsi yang amat penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dalam mencapai keberhasilan pemasaran. Setiap perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan mengkombinasikan elemen-elemen dalam bauran pemasaran. Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat variabel-variabel yang saling mendukung memperoleh tanggapan-tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran. Dengan perangkat tersebut perusahaan dapat mempengaruhi permintaan akan produknya.<sup>23</sup>

Ada beberapa faktor-faktor dalam *marketing mix* (Bauran Pemasaran) yaitu:

##### a. Produk

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini tidak berwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang. Kita harus memastikan memiliki jenis produk yang tepat yang sesuai dengan pasar kita. Jadi selama fase pengembangan produk, pemasaran harus melakukan penelitian ekstensif mengenai siklus hidup produk yang mereka ciptakan.

<sup>22</sup> Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Manajemen*, (Jakarta : PT Bumi Askara, 2017), h. 55-56.

<sup>23</sup> Samsul Arifin, *Pemasaran Era Milenium*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 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.

Suatu produk memiliki siklus hidup tertentu yang mencakup fase pertumbuhan, fase kematangan, dan fase penurunan penjualan.<sup>24</sup>

Produk bermanfaat apabila memiliki proses produksi yang benar dan baik. Adapun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik.<sup>25</sup> sebagai firman Allah SWT. Dalam ayat berikut:

نَبِّؤُنِي بِعِلْمٍ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ

Artinya : “Terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika kamu memang orang-orang yang benar.”

## b. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah sejumlah uang yang di tagihkan suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.<sup>26</sup>

Disamping itu, terdapat pula beberapa metode menetapkan harga:

- 1) Penetapan harga markup, yaitu dengan menambahkan markup standar ke biaya produk
- 2) Penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian atas investasi yang diinginkan.

<sup>24</sup>Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasara, (Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2020)*, h. 11-12

<sup>25</sup> Ibid, h. 89

<sup>26</sup> Venia Afrilia Sari, “*Penagruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan The Botol Sosro*”, (Universitas Diponegoro, Semarang 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.

- 3) Penetapan harga berdasarkan nilai yang di persiapkan, yaitu penetapan harga dengan melihat persepsi nilai pembeli bukan biaya penjual sebagai kunci penetapan harga.
- 4) Penetapan harga nilai, yaitu menetapkan harga yang cukup rendah untuk barang yang bermutu tinggi
- 5) Penetapan harga sesuai harga berlaku, yaitu penetapan harga yang mendasarkan harganya terutama pada harga pesaing.<sup>27</sup>

Sebagaimana dalam sabda Rasulullah Saw. Dalam hadist sebagai berikut:

Artinya: *“Mengapa tidak engkau letakkan yang abasahan itu diatas bahan mekanaan itu sehingga orang-orang dapat mengetahui keadaannya. Barang siapa menipu maka ia bukanlah masuk golongan kita.”* (HR. Muslim)

Hadis tersebut menggambarkan apabila suatu barang memiliki kualitas yang baik maka wajar jika harganya mahal apabila barang kurang baik kualitasnya, sudah seharusnya dijual dengan harga murah.

c. Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk dari produsen ke konsumen pada waktu yang tepat. Oleh karena itu distribusi merupakan salah satu kebijakan pemasaran yang mencakup penentuan saluran pemasaran (*marketing chanel*) dan distribusi fisik. Adapun elemen bauran pemasaran tempat atau saluran distribusi yaitu meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran yang

<sup>27</sup> Winda Suhendra, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Kripik Nenas di UD. Berkah Jl. HR.Soebrantas Panam Kota Pekanbaru", (UIN SUSKA RIAU, Pekanbaru 2013).



meliputi antara lain: saluran distribusinya, pemilihan lokasi, persediaan transportasi dan cakupan logistic.<sup>28</sup>

Salah satu ajaran penting dalam Islam adalah adanya tuntutan agar manusia berupaya menjalani hidup secara seimbang, memperhatikan kesejahteraan hidup di dunia dan keselamatan hidup di akhirat. Sebagai persyaratan ekonomi dapat di manfaatkan secara aksimal dan benar dalam kerangka Islam. Di sini, Al-Quraan turut memberikan landasan bagi perekonomian umat manusia.<sup>29</sup>

Seperti firman Allah Swt, sebagai berikut :

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَنْفَالِ قُلِ الْأَنْفَالُ لِلَّهِ وَالرَّسُولِ فَأَتَقُوا اللَّهَ وَاصْلِحُوا  
 ذَاتَ بَيْنِكُمْ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya : *“Mereka menanyakan kepadamu (Muhammad) tentang pembagiain harta rampasan perang. Katakanlah, “Harta rampasan perang itu milik Allah dan Rasul ( menurut ketentuan Allah dan Rasulnya), maka bertakwalah kepada Allah dan perbaikilah hubungan di antara sesame, dan taatlah kepada Allah dan Rasulnya jika kamu orang-orang yang beriman.”*

Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi:

- a. Pertimbangan pembeli atau faktor pasar
- b. Karakteristik Produk

<sup>28</sup> Sofian Asauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 233-234

<sup>29</sup> Anita Rahmawaty, “ Distribusi Dalam Ekonomi Islam Upaya Pemerataan Kesejahteraan Melalui Keadilan Distributif”



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan.<sup>30</sup>

d. Promosi (*Promotion*)

Adapun bagian *marketing mix* terakhir adalah promosi (*promotion*). Promosi menyangkut bagaimana mengenalkan produk kepada konsumen agar mengetahui, mau mencoba serta menjadi konsumen yang loyal pada produk tersebut. Mekanisme promosi dapat berbagai macam cara seperti melalui media cetak dan elektronik, sponsor, pada setiap *event* acara, dari mulut ke mulut dan berbagai metode lainnya.<sup>31</sup>

Promosi merupakan salah satu variable di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi adalah suatu kegiatan memberitahukan, membujuk, dan mempengaruhi.

Pemasaran dalam ekonomi Islam berkaitan dengan jual beli yang dikenal dengan *murabahah*. *Murabahah* berbeda dengan jual beli yang mengharuskan penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan komoditas (harga produk pembelian) dan tambahan keuntungan yang diinginkan oleh penjual berdasarkan kesepakatan bersama.<sup>32</sup>

Dalam marketing, efektifitas promosi sering digunakan untuk menanamkan *brand image* atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika

<sup>30</sup> Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis (Analisis Integratif dan Studi Kasus)*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), h. 68

<sup>31</sup> Irham Fahmi, *Studi Kelayakan Bisnis & Keputusan Investasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), h. 123

<sup>32</sup> Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah: Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h. 91



*brand image* sudah tertanam dibenak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah.<sup>33</sup>

## E. Teori Permintaan

Teori permintaan menerangkan tentang ciri berhubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dan pada waktu tertentu.<sup>34</sup>

Menurut Pratama Rahardja permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.<sup>35</sup>

Menurut Arif Rahman menjelaskan permintaan sebagai sejumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu, yang pada umumnya semakin rendah harga, permintaan akan mengalami kenaikan, sementara penawaran kebalikannya, yakni jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu.<sup>36</sup>

Menurut Gilarso, permintaan adalah jumlah dari suatu barang atau jasa yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama

<sup>33</sup> Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), h. 74

<sup>34</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2013), h. 75

<sup>35</sup> Pratama Rahardja, Mandala Mnaurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta:Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), h. 24

<sup>36</sup> Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketix For Small Business*, (Jakarta: Trans Media Pustaka, 2010), h. 94





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).<sup>37</sup>

Hukum permintaan terutama memperhatikan sifat hubungan antara sesuatu barang dengan jumlah barang yang diminta. Sedangkan dalam kenyataan sebenarnya banyaknya permintaan terhadap sesuatu barang juga ditentukan oleh banyak faktor lain. Oleh sebab itu untuk menganalisis bagaimana faktor penting lainnya dapat mempengaruhi permintaan.<sup>38</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan terhadap suatu barang dan pengaruhnya terhadap harga, yaitu:

1. Harga Barang itu sendiri dan substitusi
2. Keinginan penduduk terhadap jenis barang yang berbeda dan berubah-ubah.
3. Perubahan juga tergantung pada jumlah konsumen
4. Permintaan juga di pengaruhi oleh menguat atau melemahnya tingkat kebutuhan suatu barang
5. Harga juga dipengaruhi oleh tujuan dari kontak jual beli
6. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.<sup>39</sup>

## F. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen terdiri dari dua kata, yaitu perilaku dan konsumen.

Secara bahasa perilaku berarti tingkah laku, tindakan. Sedangkan secara

<sup>37</sup> Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), h. 18

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 24

<sup>39</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), h. 69



terminologi perilaku adalah kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan, sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas manusia itu sendiri, baik yang diamati langsung maupun yang tidak diamati oleh pihak luar dan mempunyai bentangan yang sangat luas, antara lain berjalan , berbicara, menangis, bekerja dan sebagainya.<sup>40</sup>

Sebagaimna dalam firman Allah Swt sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ  
اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampau batas” (Q.S Al-Maidah 87)

Konsumen (*consumer*) berarti orang yang melakukan konsumsi. Secara bahasa konsumsi berarti merusak, menghabiskan, menyita, memakan atau meminum habis dan menghamburkan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, konsumsi berarti pemakaian hasil barang produksi (bahan pakaian, makan, dan sebagainya).<sup>41</sup>

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan

<sup>40</sup> Soekidjo Natoatmojo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 114

<sup>41</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ke III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), h. 590

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

aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa. Perilaku konsumen merupakan suatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa.<sup>42</sup>

## G. Peningkatan Penjualan

Menurut Starmant pengertian penjualan adalah banyaknya jumlah omzet yang diterima akibat penawaran dan penjualan secara *continue* dan menguntungkan, sehingga terjadi peningkatan nilai ekonomis dari suatu kegiatan jasa.<sup>43</sup>

Menurut Tjiptono definisi mengenai penjualan, esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu:

1. Tingkat penjualan yang ingin dicapai.
2. Pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi
3. Keuntungan atas penjualan.

Ketiga esensi tersebut pada dasarnya memberikan batasan bahwa penjualan diartikan sebagai penambahan nilai ekonomi yang ditimbulkan melalui aktivitas penawaran produk dari berbagai perusahaan industri yang menawarkan pembelian kepada konsumen.<sup>44</sup>

<sup>42</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) h. 1

<sup>43</sup> Muh. Adzim Masogi, *Analisis Starategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk Telkomsel Pada PT. Ardan Masogi di Kabupaten Pinrang*, (Makasar: 2014), h. 41

<sup>44</sup> Fandy Tjiptono, *Starategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1997), h. 118



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Penjualan dalam pandangan para ahli, secara eksplisit memberikan pengertian bahwa pemasaran suatu produk sangat berkaitan dengan besarnya jumlah penawaran yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai tingkat kepuasan atas produk yang digunakannya. Selain itu basu Swastha juga dalam mengartikan penjualan sebagai salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>45</sup>

#### H. Usaha kuliner

Kata kuliner berasal dari bahasa Inggris *culinary* yang didefinisikan sebagai sesuatu yang terkait dengan masakan dapur. Kuliner lebih banyak diasosiasikan dengan tukang masak yang bertanggung jawab menyiapkan masakan agar terlihat menarik dan lezat.<sup>46</sup>

Usaha kuliner merupakan usaha sepanjang masa, karena orang butuh makan dan minum dalam hidupnya. Sehingga bisa dipastikan usaha makanan selalu dibutuhkan oleh setiap orang. Usaha kuliner tetap dapat tumbuh dan berkembang meskipun terjadi krisis global.<sup>47</sup>

Faktor yang mendorong individu dalam melakukan usaha kuliner adalah karena makanan merupakan kebutuhan pokok, semua orang

<sup>45</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 8

<sup>46</sup> Yuyun Alamsyah, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), h. 1

<sup>47</sup> Wulan ayoda, *Kursus Singkat Usaha Rumah Makakn Laaris Manis*, (Jakarta: Elex Media Komputatindo, 2007), h. 6

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

membutuhkan makan, peluang bisnis yang besar dll. Tempat kuliner yang dapat dibedakan berdasarkan jenis-jenisnya yaitu:<sup>48</sup>

- a. Restoran
- b. Rumah Makan
- c. Warung
- d. *Food Court*
- e. *Cafe*

### I. Layanan Food Delivery (Go-Food)

Menurut Cristopher Lovelock dan Jochen witz, layanan *food delivery* merupakan penciptaan situs web yang memberikan informasi, menerima pesanan dan bahkan berfungsi sebagai saluran penghantaran layanan berbasis informasi.<sup>49</sup>

Layanan *food delivery* adalah sebuah saran yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara daring yang menghubungkan restoran dengan konsumen. *Platform* ini menyediakan dan menampilkan restoran dikawasan tertentu sesuai lokasi konsumen. Konsumen dapat langsung melihat menu, memesan, hingga melakukan pembayaran melalui aplikasi digital.<sup>50</sup>

Layanan *Go-Food* merupakan layanan Gojek yang melayani *food delivery service* di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai suatu kegiatan

<sup>48</sup> Emmita Devi Hari Putri, *Pengantar Akomodasi dan Restoran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 72

<sup>49</sup> Cristopher Lovelock dan Jochen witz, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 137

<sup>50</sup> Handira Nurul Azizah dkk, “*Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro*”,(Universitas Padjajaran,2021), h. 158

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner.<sup>51</sup>

*Go-Food* adalah layanan pesan antar makanan dengan lebih dari 125.000 restoran yang terdaftar di aplikasi Gojek. Pada layanan *Go-Food*, driver akan membelikan makanan yang di pesan oleh konsumen dan mengantarkannya ke lokasi konsumen sesuai dengan keterangan di aplikasi. Maksimal jarak pengantran pada layanan ini adalah 25 km.<sup>52</sup>

## J. Ekonomi Islam

Kata ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos dan nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga, sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya, ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, dan bahkan negara.

Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari perilaku muslim (yang beriman) dalam suatu masyarakat Islam yang mengikuti Al-Quran, hadist, *Ijma'* dan *Qiyas*. Menurut Khursid dalam buku Fauzia dan Riyadi bahwa Ekonomi Islam adalah suatu usaha sistematis untuk memahami masalah-

<sup>51</sup> Syarif Hidayatullah, dkk, “Eksistensi Transportasi Online (*Go-Food*) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Malang”, (Seminar Nasional Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang 2018), h. 1428

<sup>52</sup> <https://teknologi.bisnis.com/read/20180109/105/724877/125.000-gerai-bergabung-di-go-food>, (di akses pada September 2021)

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

masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara relasional dan perspektif Islam.<sup>53</sup>

Menurut Chapra, ekonomi Islam adalah sebetuk pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumberdaya yang terbatas dalam koridor ajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan lingkungan.<sup>54</sup>

Tujuan ekonomi Islam adalah terpenuhi dan terpelihara *maqasid syariah* sehingga tercapai *falah* atau kesejahteraan dunia akhirat. *Maqasid* adalah tujuan atau maksud yang terkandung sibalik sebuah hukum Islam. Dalam rangka pemahaman dan dinamika ekonomi Islam, *maqasid* memiliki cakupan yang sangat luas dan mencakup *masalih duniawiyyah* (tujuan kemaslahatan dunia). Namun secara umum, kedua kemaslahatan tersebut dimaksudkan untuk terpeliharanya agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, yang biasa disebut dengan *maqasid syariah*.<sup>55</sup>

Prinsip dasar ekonomi Islam menurut Abdul Manam yaitu landasan ekonomi Islam didasarkan pada tiga konsep :

1. Tauhid (Keimanan kepada Allah)
2. *Khalifah* (Kepemimpinan)
3. *Adalah* (Keadilan)<sup>56</sup>

<sup>53</sup> Ika Yunia Fauzia & Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 7

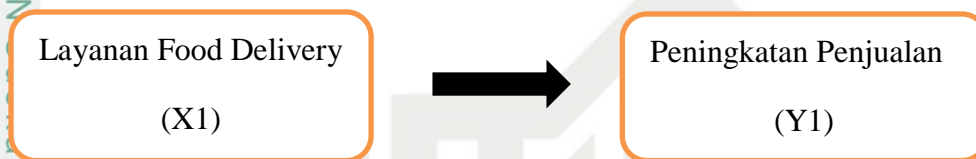
<sup>54</sup> Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam : Pendekatan Teoritis*, (Jakarta: Kencana, 2008), h.

<sup>55</sup> Isnaini Harahap & M. Ridwan, “*The Handbook Of Islamic Economics*”, (Medan, 2016), h. 28

<sup>56</sup> Zulkifli Rusby, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR), h.

## K. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan arah penelitian yang dilakukan oleh penulis dan digunakan dalam skema. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Variable Independen (X1) Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono Variabel independen adalah variabel variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Layanan *Food Delivery*.

Variabel Dependen (Y1) Menurut Sugiyono, variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsukuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Bvariabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Penjualan Usaha Kuliner.

## L. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dalam penelitian ini untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang mungkin pernah dilakukan penelitian lain sebelumnya sehingga di harapkan tidak adanya pengulangan materi secara mutlak diantaranya adalah sebagai berikut:

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





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

No	Identifikasi Masalah	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedan
1	M.Yogi Pratama UIN STS JAMBI “Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Kasus Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar di <i>Go-Food</i> Jambi)	Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh layana <i>food delivery</i> terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner (studi kasus pengusaha kuliner yang bergabung di aplikasi <i>go-food</i> jambi) maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa layanan <i>food delivery</i> berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di apalikasi <i>go-food</i> Jambi.	Persamaan pada penelitian ini meneliti pengaruh layanan <i>go-food</i> terhadap peningkatan usaha kuliner , Perbedaannya lokasi penelitian dan analisis data.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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	Sry Wahyuni UIN SUMUT MEDAN “Analisis Dampak Keberadaan <i>Go-Food</i> Dan <i>Grab Food</i> Terhadap peningkatan Penjualan Usaha Kuliner	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai dampak keberadaan <i>Go-food</i> dan <i>Grab food</i> dapat ditarik hasil penelitian bahwa dampak keberadaan <i>Go-food</i> dan <i>Grab food</i> mampu meningkatkan penjualan kuliner di kelurahan Sei Kera Hilir II setelah bergabung di aplikasi <i>Go-Food</i> dan <i>Grab Food</i> .	Persamaan pada penelitian ini sama sama meneliti pengaruh aplikasi layanan <i>food delivery</i> ( <i>Go-Food</i> ), perbedaannya penelitian ini menggunakan layanan <i>food delivery Grab Food</i> dan juga menggunakan pendekatan kualitatif
3	Nurul Al-Mariah UIN STS JAMBI “Pengaruh Layanan <i>Go-Food</i> , Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Jambi	Berdasarkan hasil uji parsial layanan <i>Go-food</i> dan jumlah order berpengaruh signifikan terhadap omzet bisnis kuliner dan harga tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap omzet bisnis kuliner di	Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama meneliti tentang pengaruh layanan <i>food delivery</i> ( <i>go-food</i> ) perbedaannya penelitian ini meneliti pengaruh harga dan jumlah order terhadap

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

		kecamatan kota baru dan factor yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah jumlah order	omzet bisnis kuliner.
4	Muhammad Fahri “Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya”	Strategi marketing public relations yang dilakukan oleh Go-Food yaitu dengan memulainya penyusunan perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program-program yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi informasi untuk menjalankan strategi marketing public relations yang dilakukan oleh Go-jek terlebih dahulu melakukan analisis situasi sasaran	Persamaan dari penelitian ini sama-sama meneliti tentang layanan <i>food delivery</i> Go-food, perbedaannya penelitian ini meneliti tentang <i>Marketing Public Relations</i> Go-food dalam pembentukan citra rasa perusahaan.
5	Rina Rachmawati	Dukungan factor-faktor bauran	Persamaan dari penelitian ini yaitu

<p>“Peranan Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Retoran)</p>	<p>pemasaran (<i>marketing mix</i>)  Diharapkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, yang berimbas kepada loyalitas pelanggan. Dengan adanya loyalitas pelanggan, maka akan mampu meningkatkan pendapatan pengusaha dibidang retoran.</p>	<p>sama sama meneliti tentang pengaruh atau peningkatan penjualan, perbedaannya dengan penelitian ini tidak meneliti tentang layanan <i>food delivery</i> (Go-Food)</p>
--	--	---

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

##### 1. Jenis dan Lokasi Penelitian

###### a. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang akan digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.<sup>57</sup>

###### b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Pekanbaru Kecamatan Payung Sekaki.

##### 2. Subjek dan Objek Penelitian

###### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian yang bersumber dari informan.<sup>58</sup> Subjek penelitian disini adalah pengusaha kuliner yang bergabung di aplikasi *Go-Food*.

###### b. Objek penelitian

<sup>57</sup>Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, (Tarsoto: Bandung, 1995), h.58

<sup>58</sup>Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009), h. 91.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Objek penelitian adalah permasalahan atau tema yang sedang diteliti.<sup>59</sup> Objek penelitian disini adalah pengaruh layanan *food delivery* dalam peningkatan penjualan usaha kuliner (studi kasus di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru).

### 3. Populasi Dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/ subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudianditarik.kesimpulannya.<sup>60</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 200 pemilik usaha kuliner yang bergabung di aplikasi *Go-Food*.

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu hingga dapat mewakili populasinya.<sup>61</sup> Menurut Ari Kunto apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10% - 15% atau 20%-25% atau lebih.<sup>62</sup>

<sup>59</sup>*Ibid*,h. 92

<sup>60</sup> Sandu siyoto, dan M.ali sodik, *Dasar metodologi penelitian (karangan: Literasi Media Publish, 2015)* h. 68

<sup>61</sup>*Ibid*, h. 69

<sup>62</sup> Muhammad Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), h. 64

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengambilan sampel *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yang artinya teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>63</sup>

#### 4. Sumber Data

##### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari subjeknya.<sup>64</sup> Data diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kusioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

##### b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dilapangan.<sup>65</sup> Pada penelitian ini data di peroleh secara manual, online atau kombinasi keduanya. Adapun data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui literature-literatur buku pustaka maupun online yang berkaitan dengan layanan *food delivery* (go-food).

<sup>63</sup> *Ibid*, h. 63

<sup>64</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), h. 131.

<sup>65</sup> Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005),

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

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang bertujuan agar data-data yang dikumpulkan relevan dengan permasalahan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

### a. Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan atau riset terhadap suatu objek secara cermat dan langsung dilakukan di lokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti.

### b. Wawancara

Yaitu, dialog dengan mengadakan pertanyaan yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi. Penulis mendapatkan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha kuliner.

### c. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.<sup>66</sup> Cara mengumpulkan data dengan mengirim kuisioner.

### d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari

<sup>66</sup>Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 173.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

seseorang.<sup>67</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dengan cara tidak langsung atau turun langsung terkait kejadian di lapangan sebagai bahan untuk membuat laporan.

### B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang dibuat berdasarkan unsur-unsur sebuah konsep serta memberitahukan bagaimana mengukur variabel sehingga dengan pengukuran tersebut dapat diketahui indikator-indikator apa saja untuk mendukung analisa dari variabel tersebut.<sup>68</sup>

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Cara menghitung tingkat penjualan sangat sederhana tetapi penting untuk mengetahui perbedaaan antara tingkat penjualan bruto (kotor) dan tingkat penjualan netto (bersih). Tingkat penjualan bruto hanya mencakup jumlah total penjualan dari suatu perusahaan. Sedangkan tingkat penjualan netto memperhitungkan retur penjualan (pengembalian), hadia, dll. Jadi tingkat penjualan berarti jumlah total unit yang sebenarnya telah di jual oleh pengusaha.

Berikut adalah rumus untuk menghitung tingkat penjualan

<sup>67</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, cet ke-17, 2012) h. 240.

<sup>68</sup>Juliandi, Azuar. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. (Medan: M2000, 2013). h. 26.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Jumlah unit terjual x Laba perunit ( tingkat penjualan tidak memperhitungkan jumlah total unit yang terjual lebih berfokus kepada laba (jumlah yang di peroleh dari setiap unit)

Berdasarkan frekuensi, kebanyakan responden memesan makanan melalui layanan pesan antar sebanyak 2 sampai 3 kali dalam sebulan. Jumlahnya mencapai 36% dari responden. Kemudian sekali dalam sebulan sebanyak 32% dan sekali seminggu sebanyak 14% .



Sumber: Foodizz dan Deka Insight

### C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Juliandi adalah kesimpulan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah sebelumnya dengan demikian hipotesis relevan dengan rumusan masalah. Untuk mendapatkan batasan masalah yang jelas dari setiap konsep berdasarkan masalah yang diteliti, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:<sup>69</sup>

Ha: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Layanan *Food Delivery* terhadap Peningkatan Penjualan diKecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru

<sup>69</sup> Azuar Juliandi, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi. Edisi Pertama*. (Penerbit: Media Inn, Medan.2013) h. 122.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

H<sub>0</sub>: Tidak Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Layanan Food Delivery terhadap Peningkatan Penjualan di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru

### 6. Analisis Data Penelitian

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi beberapa langkah, antara lain:

#### D Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Instrument valid mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument dikaitkan dengan yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Instrument dikatakan valid apabila nilai koefisien  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Pada signifikan 5% maka data bias dikatakan valid. Sebaliknya, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka data tidak valid. Adapun rumus yang dipakai yaitu:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = deviasi rata-rata variable x

= X-X

y = deviasi rata-rata variable y

= Y-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.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai dengan 1.

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach's > dari 0.60. Menurut Suyuthi kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.<sup>70</sup> Adapun rumusnya sebagai berikut

$$a = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

Keterangan

k = jumlah item

$\sum s_i^2$  = jumlah varians skor total

<sup>70</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), h. 96



$$s_i^2 = \text{varians responden untuk item ke } i. ^{71}$$

## E. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel, variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>72</sup> Menurut Ghazali model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistic pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorow-Smirnov adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai Sig. atau signifikasi atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau signifikasi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.<sup>73</sup>

### b. Uji Linearitas

Uji Linearitas Data Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear (garis

<sup>71</sup> Husaini Usman, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 291

<sup>72</sup> Dwi Priyatni, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h..33.

<sup>73</sup> *Ibid*, h.83.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

lurus).<sup>74</sup> Uji linearitas adalah pengujian data dengan mencari persamaan garis regresi variabel X (Layanan Food Delivery) terhadap Variabel Y (Penjualan Usaha Kuliner). Dalam analisis regresi linear sederhana, uji linearitas harus terpenuhi. Uji linearitas yang digunakan dalam SPSS ini adalah Test for Linearity dengan melihat apabila nilai deviation from linearity  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear. Sedangkan jika nilai deviation from linearity  $< 0,05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear.

## F. Uji Hipotesis Penelitian

### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen x terhadap variable independen y.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = Koefisien arah regresi Linear

X = Harga

<sup>74</sup> Sigih Santoso, *Statistik Multiyariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010), 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.

## 2. Uji determinasi ( $R^2$ ) dan Koefisien Korelasi ( $r$ )

Koefisien determinan 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 sederhana adalah koefisien korelasi untuk mengukur keeratan hubungan antara kedua variabel.

## 3. Uji Parsial ( $t$ )

Uji t-test bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variable independen (X) secara individual (parsial) terhadap variable dependen (Y) dengan  $\alpha = 0.05$  atau 5%. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen<sup>75</sup>. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka tidak ada hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen.<sup>76</sup>

Nilai  $t_{hitung}$  dapat ditentukan dengan formula:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$t_{hitung}$  = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

<sup>75</sup>Sofar Silaen dan Widiyono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: In Media, 2013), h.214.

<sup>76</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), h.198.

- $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak, jika :  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $Sig > a$  (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).
- $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak, jika :  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $Sig < a$  (terdapat pengaruh yang signifikan).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, analisis regresi sederhana menunjukkan nilai koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,435 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh layanan *food delivery* (X) terhadap peningkatan penjualan (Y) adalah sebesar 43,5%. Sedangkan sisanya 56,5% di pengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Maka dari itu,  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya signifikan. Berdasarkan hasil uji t diketahui nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variable layanan *food delivery* memiliki  $t_{hitung}$  4.645 dengan  $t_{tabel}$  0,374 Jadi,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel layanan *food delivery* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh layanan *food delivery* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan *food delivery* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan.
2. Ekonomi Islam adalah suatu usaha sistematis untuk memahami masalah-masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara relasional dan perspektif Islam. Dalam jual beli, Islam juga telah menetapkan aturan-aturan hukumnya seperti yang telah dianjurkan oleh Rasulullah SAW, baik mengenai rukun, syarat maupun bentuk jual beli yang diperbolehkan ataupun yang tidak diperbolehkan.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 lapangan jual beli yang semakin berkembang tentunya antara si penjual dengan si pembeli harus lebih hati-hati dalam melakukan transaksi jual beli. Adanya ijab dari pihak penjual dan qabul dari pembeli, garar ataupun riba. Selain syarat jual beli yang harus dipenuhi ada juga rukun jual beli yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak yaitu, aqid, sighthat, ma'qud'alah.

**B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis mempunyai beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, peneliti, akademis dan bagi yang membacanya.

1. Bagi PT Go-jek Indonesia

Bagi pihak Go-jek di harapkan dapat terus mengembangkan layanan-layanan yang ada di aplikasi terutama layanan Go-Food ini. Karena layanan ini sangat bermanfaat bagi masyarakat atau pengguna untuk pemesanan makanan secara online, dan bermanfaat bagi mitra Go Food dalam pengembangan usahanya.

3. Bagi Masyarakat

Layanan go-food merupakan peluang bisnis pada saat ini, diharapkan bagi masyarakat yang memiliki usaha tetapi belum mempunyai layanan delivery agar dapat bergabung menjadi mitra go-food, karena telah terbukti bahwa go-food merupakan salah satu peluang usaha untuk mempromosikan produk makanan. Dan tingkat kesejahteraan akan meningkat dan juga dapat mengurangi tingkat kemiskinan maupun tingkat pengangguran.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, “*Bisnis E-Commerce (studi sistem keamanan dan hukum di Indonesia)*”, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2005)
- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, “*Bisnis E-Commerce (studi sistem keamanan dan hukum di Indonesia)*”, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2005)
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis (Analisis Integratif dan Studi Kasus)*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011)
- Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketix For Small Business*, (Jakarta: Trans Media Pustaka, 2010)
- Arif Yuduf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis &Kewirausahawan*, (Jakarta: Pustaka Media Group, 2006)
- Arif Yuduf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis &Kewirausahawan*, (Jakarta: Pustaka Media Group, 2006)
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2018)
- Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: BPFE, 2001)
- Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profosiobel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profosiobel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Christopher Lovelock dan Jochen witz, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2010)



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran dan Terjemah*, (Tanggerang: PT Indah Kiat Pulp & Paper, 2007)
- Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ke III*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001)
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ke III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001)
- Didin Fatihudin & Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019)
- Dwi Priyatni, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012)
- Emmita Devi Hari Putri, *Pengantar Akomodasi dan Restoran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018)
- Fandy Tjiptono, *Starategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1997)
- Felicia Laurent, “Pengaruh E- Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-JEK Melalui Kepuasan Pelanggan”, (AGORA Vol. 4 No. 2, 2016)
- Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003)
- Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar E-Commerce*, (2016)
- Hamdi Agustin , *Studi Kelayakan Bisnis*, (Depok: PT Raja Gravindo Persada Rajawali Pers, 2017)
- Handira Nurul Azizah dkk, “*Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro*”, (Universitas Padjajaran, 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.

Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019)

<https://dailysocial.id/wire/gabung-go-food-pengusaha-ukm-kuliner-tingkatkan-penjualan-v-hingga-345>, (diakses pada 20 November 2017, pukul 12.30 WIB)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek> (Halaman ini terakhir diubah pada 31 Agustus 2021, pukul 03.49)

<https://teknologi.bisnis.com/read/20180109/105/724877/125.000-gerai-bergabung-di-go-food>, (di akses pada September 2021)

Ika Yunia Fauzia & Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014)

Irham Fahmi, *Studi Kelayakan Bisnis & Keputusan Investasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014)

Ismail Nawawi, *Fiqih Muamalah: Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012)

Isnaini Harahap & M. Ridwan, *"The Handbook Of Islamic Economics"*, (Medan, 2016)

Khazin Zaki, *Manajemen Syariah Viral Marketing Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Studi Kasus Pada Perusahaan Start Up Sosial*, (Purwokerto: CV Amerta Media, 2020)

Kominfo, "Pengguna Internet",



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

[https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker)

- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018)
- Muh. Adzim Masogi, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk Telkomsel Pada PT. Ardan Masogi di Kabupaten Pinrang, (Makasar: 2014)
- Muhammad Fahri, “*Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya*”, Skripsi, 2016, M. majalahfranchise.com/, “memanfaatkan Go-Food sebagai Layanan Food Delivery”, (diakses pada 17 November 2017)
- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009)
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005)
- Muhammad Fuad Abdul Baqi, Shahih Bikhari Muslim (Al-Lu’Lu’ Wal Marjan), (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, nomor Hdits 1356, 2017)
- Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, (Jakarta: Kencana, 2008)
- Richardus Eko Indrajit, *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*
- Rozalinda, *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi)*, (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2015)



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2013)
- Samsul Arifin, *Pemasaran Era Milenium*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019)
- Sandu siyoto, dan M.ali sodik, *Dasar metodologi penelitian* (karangan: Literasi Media Publish, 2015)
- Soekidjo Natoatmojo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003)
- Sofar Silaen dan Widiyono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: In Media, 2013)
- Sofian Asauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011)
- Sri Nurhayato dan Wasilah, *Akuntansi syariah di Indonesia*, (Jakarta: selemba Empat, 2009), edisi 2 revisi
- Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, (Tarsoto: Bandung, 1995)
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2009)
- Syarif Hidayatullah, dkk, “*Eksistensi Transportasi Online (Go-Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Malang*”, (Seminar Nasional Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang 2018)
- Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasara*, (Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2020)
- Tjiptono, Fandy, *Pemassaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, edisi Pertama*, (Yogyakarta: Penerbit Anda, 2014)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Venia Afrilia Sari, “*Penagruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan The Botol Sosro*”, (Universitas Diponegogo, Semarang 2017)

Winda Suhendra,”*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Kripik Nenas di UD. Berkah Jl. HR.Soebrantas Panam Kota Pekanbaru*”, (UIN SUSKA RIAU, Pekanbaru 2013)

Wulan ayoda, *Kursus Singkat Usaha Rumah Makakn Laaris Manis*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007)

Yuyun Alamsyah, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008)

Zulkifli Rusby, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru:Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UI



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**KUESIONER PENELITIAN****“PENGARUH LAYANAN *FOOD DELIVERY (GO-FOOD)* TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER DITINJAU MENURUT  
EKONOMI SYARIAH”**

Kepada :

Bapak/Ibu yang terhormat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya Viki Husna Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam

Negri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi untuk meraih gelar S1 pada program studi Ekonomi Syariah, penelitian bertujuan untuk mengetahui data tentang pengaruh layanan *food delivery (go-food)* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di tinjau menurut ekonomi syariah.

Sehubungan dengan hal ini responden diharapkan berkenan memberikan data dengan jujur dan sebenarnya demi kelancaran penelitian ini. Peneliti bersedia untuk menjamin kerahasiaan data jika tidak layak untuk dipublikasikan karena data adalah untuk kepentingan ilmiah.

Atas partisipasi dan kerjasamanya peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Viki Husna

11820521014



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Nomor Responden :

**1. IDENTITAS REponden**

Nama Responden :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki                      b. Perempuan

Umur :

Nama Usaha :

Jabatan :

**2. VARIABEL PENELITIAN**

Mohon untuk memberikan tanda  $\surd$  pada setiap pernyataan yang anda pilih

- Keterangan :
- SS = Sangat Setuju
  - S = Setuju
  - KS = Kurang Setuju
  - TS = Tidak Setuju
  - STS =Sangat Tidak Setuju

Simbol	Kategori	Nilai/bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	Penilaian				
	Variable X	SS	S	KS	TS	STS
1	Produk usaha saya dapat dikenal luas di masyarakat pada aplikasi Go-Food					
2	Pangsa pasar semakin luas					
3	Kemudahan dalam mempromosikan produk tanpa mengeluarkan biaya overhead lainnya					
4	Bermitra dengan Go-Food memiliki keuntungan dalam layanan delivery order					
5	Layana delivery sangat membantu dalam distribusi produk usaha saya					
6	Tidak memerlukan karyawan baru untuk delivery, layanan ini membantu mengurangi biaya penjualan dan biaya distribusi					

NO	Pernyataan	Penilaian				
	Variable Y	SS	S	KS	TS	STS
1	Menghasil pendapatan lebih setelah bergabung dengan Go-Food					
2	Omset yang dihasilkan tidak hanya dari penjualan di toko (store), konsumen meningkat dari hasil penjualan di aplikasi Go-Food					
3	Penjualan langsung di toko/store cenderung stabil bahkan meningkatkan					
4	Jumlah produk yang di jual meningkat pada pemesanan delivery					
5	Modal usaha ditambah karena produksi yang di butuhkan bertambah					
6	Penghasilan cenderung stabil bahkan meningkat karena jangkauan pemasaran lebih luas					

OUTPUT SPSS

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	Total
X1	Pearson Correlation	1	.487**	.205	.008	-.153	.150	.383*	.057	.211	.463*
	Sig. (2-tailed)		.006	.276	.967	.419	.428	.037	.767	.262	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.487**	1	.296	.179	.192	.038	.365*	.165	.206	.569**
	Sig. (2-tailed)	.006		.113	.345	.310	.843	.047	.383	.275	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.205	.296	1	.590**	.262	.140	.106	.085	.317	.609**
	Sig. (2-tailed)	.276	.113		.001	.161	.459	.577	.656	.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.008	.179	.590**	1	.371*	.024	.244	.215	.377*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.967	.345	.001		.044	.901	.194	.255	.040	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	-.153	.192	.262	.371*	1	.047	.359	.092	.259	.517**
	Sig. (2-tailed)	.419	.310	.161	.044		.803	.051	.627	.167	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.150	.038	.140	.024	.047	1	-.051	-.100	.057	.396*
	Sig. (2-tailed)	.428	.843	.459	.901	.803		.790	.600	.764	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.383*	.365*	.106	.244	.359	-.051	1	.116	.193	.533**
	Sig. (2-tailed)	.037	.047	.577	.194	.051	.790		.541	.307	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.057	.165	.085	.215	.092	-.100	.116	1	.558**	.411*
	Sig. (2-tailed)	.767	.383	.656	.255	.627	.600	.541		.001	.024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.211	.206	.317	.377*	.259	.057	.193	.558**	1	.653**
	Sig. (2-tailed)	.262	.275	.088	.040	.167	.764	.307	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Hak Cipta Dilinc  
 1. Dilarang mei  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Hal

Total	Pearson Correlation	.463*	.569**	.609**	.609**	.517**	.396*	.533**	.411*	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.000	.000	.003	.030	.002	.024	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## UJI VALIDITAS Y

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.756**	.394*	.382*	.452*	.379*	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.037	.012	.039	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.756**	1	.333	.672**	.542**	.374*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.072	.000	.002	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.394*	.333	1	.173	.397*	.499**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.031	.072		.360	.030	.005	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.382*	.672**	.173	1	.634**	.455*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.360		.000	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.452*	.542**	.397*	.634**	1	.626**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.012	.002	.030	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.379*	.374*	.499**	.455*	.626**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.039	.042	.005	.011	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.722**	.815**	.579**	.760**	.827**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

2. Dilarang mengemukakan 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.

d. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

ang-Undang

bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.756**	.394*	.382*	.452*	.379*	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.037	.012	.039	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.756**	1	.333	.672**	.542**	.374*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.072	.000	.002	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.394*	.333	1	.173	.397*	.499**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.031	.072		.360	.030	.005	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.382*	.672**	.173	1	.634**	.455*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.360		.000	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.452*	.542**	.397*	.634**	1	.626**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.012	.002	.030	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.379*	.374*	.499**	.455*	.626**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.039	.042	.005	.011	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.722**	.815**	.579**	.760**	.827**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

## RELIABILITAS X

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	9

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	33.47	6.740	.302	.623
X2	33.73	6.409	.422	.598
X3	33.53	6.326	.474	.589
X4	33.57	6.185	.455	.588
X5	33.60	6.386	.325	.617
X6	34.57	6.599	.067	.719
X7	33.63	6.447	.367	.608
X8	33.90	6.921	.254	.632
X9	34.00	5.862	.487	.575

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.

## RELIABILITAS Y

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	18.47	7.706	.621	.813
Y2	18.53	6.464	.697	.793
Y3	18.03	8.378	.464	.838
Y4	18.63	7.068	.639	.805
Y5	18.97	6.654	.728	.786
Y6	19.20	6.303	.602	.822

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

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



© Tak c  
**UJI NORMALITAS**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.36411178
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.071
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.448
Asymp. Sig. (2-tailed)		.988
a. Test distribution is Normal.		

**Uji Linearitas**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Peningkatan Penjualan * Food Delivery	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Penjualan *	Between Groups	(Combined)	141.033	10	14.103	1.836	.122
Food Delivery		Linearity	124.885	1	124.885	16.260	.001
		Deviation from Linearity	16.148	9	1.794	.234	.985
Within Groups			145.933	19	7.681		
Total			286.967	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, penyusunan tugas, atau keperluan lain yang wajar.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

LINEAR SEDERHANA

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.435	.415	2.406

a. Predictors: (Constant), Food Delivery

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.885	1	124.885	21.574	.000 <sup>a</sup>
	Residual	162.082	28	5.789		
	Total	286.967	29			

a. Predictors: (Constant), Food Delivery

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.881	6.097		-.965	.343
	Food Delivery	.743	.160	.660	4.645	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.65	27.57	22.37	2.075	30
Residual	-4.367	5.377	.000	2.364	30
Std. Predicted Value	-1.791	2.508	.000	1.000	30
Std. Residual	-1.815	2.235	.000	.983	30

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- 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.
  - 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.

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.65	27.57	22.37	2.075	30
Residual	-4.367	5.377	.000	2.364	30
Std. Predicted Value	-1.791	2.508	.000	1.000	30
Std. Residual	-1.815	2.235	.000	.983	30

a. Dependent Variable: Penongkatan Penjualan

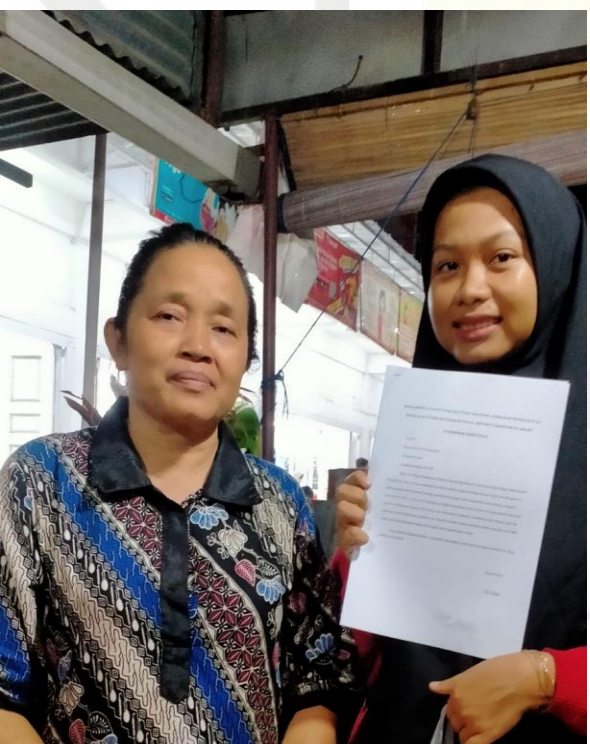
**Uji Parsial (t)**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.881	6.097		-.965	.343
	Food Delivery	.743	.160	.660	4.645	.000

a. Dependent Variable: Penongkatan Penjualan

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





tulis ini tant



of Sultan Syarif Kasim Riau

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



ni tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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




**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 LAYANAN *FOOD DELIVERY* (GO-FOOD) TERHADAP PENJUALAN USAHA KULINER DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (studi kasus di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)”**, yang ditulis oleh :

Nama : **Viki Husna**  
 NIM : 11820521014  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 28 Juni 2022  
 Waktu : 13.00 WIB  
 Tempat : Ruang Munaqasah

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

**Pekanbaru, 28 Juni 2022 M**  
**TIM PENGUJI MUNAQASAH**

Ketua

**Dr. Budi Azwar, S.E, M.Ec**

Sekretaris

**Nuryanti, S.E.I., M.E, Sy.**

Penguji I

**Musnawati, S.E., M.Ak.**

Penguji II

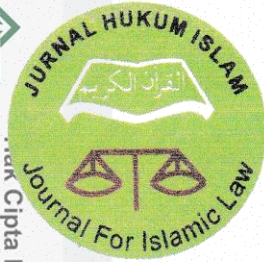
**Muhammad Albahi, S.E., M.Si., Ak.**

Mengetahui:

Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni  
 Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag.**

NIP. 19750801 200701 1 023



# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

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

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

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

Hp. 081275158167 - 085213573669

## SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : VIKI HUSNA  
**NIM** : 11820521014  
**Jurusan** : EKONOMI SYARIAH  
**Judul** : **PENGARUH LAYANAN *FOOD DELIVERY* (*GO-FOOD*) TERHADAP PENJUALAN USAHA KULINER DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus *Go-Food* di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)**

**Pembimbing 1** : Deni Rahmatillah, ME. Sy

**Pembimbing 2** : Hj. Mardiana, M.A

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

Pekanbaru, 18 Juli 2022

Pimpinan Redaksi,



**Dr. M. Alpi Syahrin, 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.





**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

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

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/48545  
 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/F.II/PP.00.9/4665/2022 Tanggal 2 Juni 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

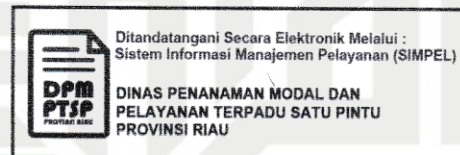
- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : VIKI HUSNA  |
| 2. NIM / KTP         | : 11820521014   |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : <b>PENGARUH LAYANAN FOOD DELIVERY (GO-FOOD) TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS GO-FOOD DI KECAMATAN PAYUNG SEKAKI KOTA PEKANBARU)</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : USAHA KULINER DI KECAMATAN PAYUNG SEKAKI KOTA PEKANBARU   |

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 : 20 Juni 2022



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
3. Gp. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic UIN 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.



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

Viki Husna, lahir di Pekanbaru, 05 November 2000. Anak ke lima dari lima bersaudara ini merupakan Puteri dari pasangan bapak Golek Santoso dan ibu Ermawati. Penulis telah menyelesaikan pendidikan formalnya di Sekolah Dasar Negeri 156 Pekanbaru (2013), Sekolah Menengah Pertama Negeri 36 Pekanbaru (2015), dan Madrasah Aliyah Pondok Pesantren As-Salam Naga Beralih Air Tiris Kampar(2018). Setelah lulus dari bangku Madrasah Aliyah, melalui jalur SPANPTKIN penulis melanjutkan pendidikannya ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum.

Selama menjadi mahasiswa, dalam rangka mengaplikasikan ilmu/teori yang telah dipelajari selama dibangku kuliah. Maka penulis melakukan kegiatan magang di kantor Aksi Cepat Tanggap cabang Pekanbaru, selama enam minggu. Penulis pun juga aktif dalam mengikuti berbagai kegiatan seminar nasional maupun internasional dalam rangka ingin membangun relasi, penulis juga aktif dalam kegiatan berorganisasi seperti : Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) dan Studi Club Ekonomi Islam (SCEI).

Pada hari Selasa, 28 Juli 2022, Alhamdulillah penulis dinyatakan LULUS jenjang strata satu dengan menggandeng gelar sarjana ekonomi (S.E) dengan judul skripsi “ *PENGARUH LAYANAN FOOD DELIVERY (Go-Food) TERHADAP PENJUALAN USAHA KULINER DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Go-Food Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)* ”