

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>1</sup> Perilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Model perilaku konsumen dapat diartikan sebagai suatu skema atau kerangka kerja yang di sederhanakan untuk menggambarkan aktivitas-aktivitas konsumen.

Perilaku konsumen adalah tindakan langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses-proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.<sup>2</sup> Menganalisis perilaku konsumen akan berhasil apabila kita dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan.

Adapun yang mempengaruhi faktor-faktor perilaku konsumen antara lain, kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok acuan dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan.<sup>3</sup> Keputusan konsumen dalam mendapatkan, menggunakan barang dan jasa dipengaruhi

---

<sup>1</sup><http://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen> di akses pada tanggal 20 desember 2014

<sup>2</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Janbung: Alfabeta, 2010) h.67

<sup>3</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Erlangga, 2006). Edisi ke2 h.159

oleh beberapa faktor diantaranya yaitu:Keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merk, keputusan tentang penjualnya,keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, dan keputusan tentang cara pembayaran.<sup>4</sup>

Dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhankebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menciptakan produk yang berkualitas dan menciptakan inovasi-inovasi baru demi menarik minat konsumen. Dengan adanya kompetisi diantara produsen seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menciptakan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih yang tidak ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Produk menurut Ricky W.Griffin dan Ronald J. Ebert adalah paket nilai yang menyediakan manfaat-manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>5</sup> Sedangkan kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*Fitness For Use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan .<sup>6</sup>

Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luarnya berupa warna,

---

<sup>4</sup><http://iyano.wordpress.com/perilaku-konsumen-dalam-pengambilan-keputusan-terhadap-produk-ukyang-diinginkan/>, di akses pada tanggal 25 november 2014.

<sup>5</sup>Ricky W.Griffin, Ronald J.Ebert, *Bisnis edisi kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 203.

<sup>6</sup>Juran, *Manajamen Terpadu Edisi kedua*, sebagaimana dikutip dalam buku karangan M.N. Nasution, h.4.

bentuk, pembungkusan, dan sebagainya.<sup>7</sup> Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Tujuan kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang terbaik menurut kebutuhan konsumen. Bahkan untuk lebih meyakinkan ada perusahaan-perusahaan yang berani memberi jaminan ganti rugi bila produknya tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan promosi yang disampaikan.<sup>8</sup>

Selain Kualitas Produk, konsep yang terpenting dalam keputusan pembelian adalah kepuasan kosumen dalam mengkonsumsi Suatu barang dan jasa. Konsumsi dalam Ekonomi Islam adalah memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dalam melakukan konsumsi maka prilaku konsumen terutama Muslim selalu dan harus di dasarkan pada SyariatIslam.Dasar prilaku konsumsi itu antara lain yaitu Al Qur'an surat Al-Maidah (87-88) yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحَرَّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ

اللَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

<sup>7</sup><http://id.wikipedia.org/wiki/Kualitas> Di akses pada tanggal 20 Desember 2014

<sup>8</sup><http://tesisdisertasi.blogspot.com/2010/09/pengertiankualitasproduk.html>Di akses pada tanggal 20 Desemeber 2014

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ



Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.*”<sup>9</sup>

Dalam ekonomi Islam semua aktivitas manusia yang bertujuan untuk kebaikan seperti ibadah, ibadah termasuk konsumsi. Karenamenurut Yusuf Qardhawi, dalam melakukan konsumsi, maka konsumsi tersebut harus dilakukan pada barang yang halal dan baik dengan cara berhemat, berinfak serta menjauhi judi, khamar, gharar dan spekulasi.<sup>10</sup> Ini berarti bahwa perilaku konsumsi yang dilakukan manusia Muslim harus menjauhi kemegahan, kemewahan, kemubaziran dan menghindari hutang. Konsumsi yang halal itu adalah konsumsi terhadap barang yang halal, dengan proses yang halal dan cara yang halal, sehingga akan diperoleh manfaat dan berkah. Parameter kepuasan seseorang muslim dalam hal konsumsi tentu saja parameter dari definisi manusia terbaik yang mempunyai keimanan yang tinggi, yaitu memberikan kemanfaatan bagi lingkungan. Manfaat lingkungan ini merupakan amal shaleh, artinya dengan mengkonsumsi barang dan jasa selain mendapat manfaat dan berkah untuk pribadi juga lingkungan tetap terjaga dengan baik bukan sebaliknya. Lingkungan disini menyangkut masyarakat dan alam.

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Jakarta: CV. Pustaka Alkautsar, 2009), h.122.

<sup>10</sup> Qardhawi, Syeikh Yusuf, *Pesan Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Robbani Press, 1997).

Menyangkut masyarakat, maka setiap Muslim dalam mengkonsumsi tidak hanya memperhatikan kepentingan pribadi tetapi juga kepentingan orang lain, tetangga, anak yatim dan lain sebagainya.

Mengkonsumsi barang dan jasa merupakan memperkirakan yang ditentukan karena sekedar ditujukan untuk dapat hidup dan beraktifitas. Maksudnya bahwa konsumsi dilakukan agar manusia tetap hidup, bukan hidup untuk mengkonsumsi.

Islam melarang umatnya melakukan konsumsi secara berlebihan. Sebab konsumsi diluar dari tingkat kebutuhan adalah pemborosan. Pemborosan adalah perbuatan yang sia-sia dan menguras sumber daya alam secara tidak terkendali. Allah menjelaskannya dalam Al Qur'an surat Al-Isra' ayat 27 Yang berbunyi :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا



Artinya: *"Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya."*<sup>11</sup>

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang sangat penting bagiperusahaan, sebab hal tersebut merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai oleh perusahaan .<sup>12</sup> dan juga tidak terlepas dari produk yang di butuhkan oleh konsumen.

<sup>11</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Jakarta: CV. Pustaka Alkautsar, 2009), h.284.

<sup>12</sup> Peter J.Paul, *Consumer Behaviour perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1999), h.6.

Perkembangan ekonomi di Indonesia ikut berperan terhadap semakin maraknya industri otomotif khususnya sepeda motor, kondisi ini terlihat semenjak melonjaknya pertumbuhan pemenuhan produk sepeda motor untuk mengimbangi permintaan yang terus bertambah. Pada industri Suzuki di Indonesia, dimana banyak terdapat pesaing yang memasarkan produk sejenis, sehingga perusahaan-perusahaan yang berada pada industri Suzuki harus dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk mereka agar dapat menguasai pasar sasaran.

Saat ini Suzuki merambah pasar motor matic dan Suzuki meluncurkan merk Nex, Hayate 125, Skydrive dan Adress. Hasilnya Suzuki berhasil menjadi salah satu merk yang mendominasi motormatic di Indonesia. Hal itu terlihat dalam beberapa tahun ini, penjualan motor matic didominasi oleh tiga merk motor besar yaitu Honda, Yamaha dan Suzuki. Tiga merk motor matic tersebut mendominasi pasar penjualan motor matic dalam tiga tahun terakhir. Berikut ini adalah data penjualan motor matic dari tiga merk tersebut dalam tiga tahun terakhir:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Matic di Indonesia**

Tahun	Merek		
	Honda	Yamaha	Suzuki
2012	4.092.693	2.433.354	465.63
2013	4.700.871	2.495.796	400.675
Jan-Juni 2014	472.027	235.821	27279
Total	9.265.591	5.164.971	474.517

Sumber: AISI

Dari data tersebut dapat dilihat penurunan Pada motor matic Suzuki pada tahun 2013. Berdasarkan penjabaran hasil penjualan tersebut terlihat jelas terjadi penurunan penjualan motor matic Suzuki pada tiap tahunnya.

Tidak mengalami perbedaan dengan penjualan motor matic Suzuki di Indonesia, penjualan motor matic Suzuki di Kecamatan Tapung juga kurang memuaskan. Salah satu distributor produk Suzuki yaitu PT Riau Jaya Cemerlang, dealer ini berlokasi di Jalan Lintas Suram Kecamatan Tapung. PT. Riau Jaya Cemerlang juga terdapat bengkel dan menjual spare part sepeda Motor Suzuki. Hal ini dilakukan untuk memberi pelayanan dan kemudahan dalam penjualan produk motor suzuki.

Berikut adalah laporan penjualan sepeda Motor Matic Suzuki di PT Riau Jaya Cemerlang pada tahun 2012, 2013 dan tahun 2014 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Matic Suzuki**  
**Pada dialer Suzuki PT Riau Jaya Cemerlang Cabang Tapung**  
**Periode 2012-2014**

Tahun	Unit
2012	70 unit
2013	68 unit
2014	64 unit

Sumber : PT Riau Jaya Cemerlang Cabang Tapung

Dari data penjualan diatas terlihat bahwa sepeda motor matic Suzuki kurang memuaskan dan mengalami penurunan penjualan pada tahun 2013-2014, dibandingkan pada tahun sebelumnya penjualan pada tahun 2014 mengalami penurunan penjualan yang total penurunannya 4 unit.

Penelitian ini penulis lakukan di Kecamatan Tapung, Hal yang membuat penulis tertarik untuk meneliti di tempat ini yaitukurangnya minat masyarakat Tapung pada motor matic Suzuki, ini terlihat pada rendahnya tingkat permintaan konsumen pada motor matic Suzuki, yang pada penjualannya PT. Riau Jaya Cemerlang cabang Tapung mengalami penurunan penjualan dari tahun ke tahun yaitu pada tahun2013 dan 2014, padahal motor matic Suzuki ini memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan merk lain yaitu motor matic yamaha, isu yang berkembang di masyarakat Tapung yaitu motor matic yamaha di kenal boros terhadap bahan bakar.

Padahal Motor matic Suzuki ini memiliki keunggulan dari motor matic pesaingnya yaitu Suzuki Address Satu-satunya produk motor yang dibuat di Indonesia lalu di ekspor keluar negri seperti: Eropa, Asia, dan Australia dan Suzuki nex super Fi mendapat Rekor muri motor matic paling irit.<sup>13</sup>

Pernyataan ini penulis perkuat dengan observasi penulis pada salah seorang konsumen yang menyatakan bahwasanya motor matic Suzuki baik kualitasnya dari pesaingnya yaitu yamaha mio.<sup>14</sup>Akan tetapi realitanya, jumlah peminat motor matic suzuki ini lebih sedikit dibandingkan dengan motor matic yamaha ini.

---

<sup>13</sup> Brosur motor matic Suzuki PT.Riau Jaya Cemerlang Cabang Tapung

<sup>14</sup> Mansyur, Konsumen motor matic Suzuki PT.Riau Jaya Cemerlang, *Wawancara*, pada tanggal 20 desember 2014



Berdasarkan uraian di atas penulis menetapkan batasan permasalahan yang diteliti dengan judul **”Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Motor Matic Suzuki di Kecamatan Tapung Menurut Prespektif Ekonomi Islam”**

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Motor Matic Suzuki di Kecamatan Tapung Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk motor matic Suzuki di Kecamatan Tapung?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Motor Matic Suzuki di Kecamatan Tapung?

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada motor matic Suzuki di Kecamatan Tapung.

- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Motor Matic Suzuki di Kecamatan Tapung

## 2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menambah pengetahuan, keterampilan dan cakrawala berfikir penulis dalam menyampaikan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b. Untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan studi pada fakultas syariah dan ilmu hukum jurusan ekonomi Islam.
- c. Sebagai salah satu sumber informasi bagi kita untuk mengetahui lebih dalam tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk motor matic Suzuki.

## E. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan secara kuantitatif. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Riau Jaya Cemerlang Cabang Tapung di Kecamatan Tapung. Adapun yang menjadi alasan penulis mengambil penelitian ditempat ini dikarenakan kurangnya minat masyarakat tapung pada motor matic Suzuki, ini terlihat pada rendahnya tingkat permintaan konsumen pada motor matic Suzuki, yang pada penjualannya PT. Riau Jaya Cemerlang Cabang Tapung mengalami penurunan penjualan dari tahun ke tahun, maka dari itu penulis tertarik

untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tersebut serta apakah sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah orang-orang yang terlibat dalam penelitian. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen PT. Riau Jaya Cemerlang Cabang Tapung yang melakukan Pembelian Motor matic Suzuki.
- b. Objek penelitian adalah apa yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian Sebagai objek dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk motor matic Suzuki di Kecamatan Tapung menurut Perspektif Ekonomi Islam.

## 3. Sumber dan Jenis Data

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya secara langsung dari tempat penelitian.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini data primer bersumber dari konsumen PT. Riau Jaya Cemerlang Cabang Tapung yang menjadi responden peneliti.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi.<sup>16</sup> Data semacam ini sudah dikumpulkan oleh pihak lain untuk

---

<sup>15</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), Ed. Ke-2, Cet. ke-3, h. 33.

<sup>16</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers.2008)h.102.

tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik.<sup>17</sup>

#### 4. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan yang mendalam terhadap objek penelitian.
- b. Wawancara, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara wawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai.
- c. Kuisisioner, yaitu alat pengumpulan data yang berupa serangkaian daftar pertanyaan untuk dijawab responden.<sup>18</sup>
- d. Studi Pustaka, yaitu dengan membaca buku-buku yang berkaitan dengan judul penelitian.

#### 5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>19</sup>

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sebanyak 202 orang.<sup>20</sup> Oleh karena populasi ini banyak maka

---

<sup>17</sup>*Ibid*

<sup>18</sup>M.Hariwijaya,*Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal Dan Skripsi*,(yogyakarta:Tugu publisher,2008), cet ke- 4, h.61.

<sup>19</sup>Sugiyono,*Metode Penelitaian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008) Cet ke-12, h.115

<sup>20</sup>Mohd Amin, Pimpinan PT. Riau Jaya Cemerlang, *Wawancara*, Tapung, 20 desember 2014

penulis mengambil sampel sebanyak 67 orang konsumen yang menggunakan motor matic Suzuki menggunakan *Rumus Slovin*.<sup>21</sup>

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (0,05)

Berdasarkan rumus yang diperoleh jumlah sampel (n) untuk berapa banyak jumlah sampel dalam penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$n = \frac{202}{202(0,1)^2 + 1} = \frac{202}{3,02}$$

$$= 66,88 \text{ dibulatkan menjadi } 67$$

Metode yang digunakan penulis adalah *Nonprobability Sampling*, dengan teknik yang digunakan penulis dalam prosedur pencarian responden ini dilakukan berdasarkan *Purposive Sampling*, yaitu memilih sampel sesuai dengan kriteria tertentu.<sup>22</sup>

## 6. Skala Pengukuran Variabel

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Menurut Kinnear, skala likert ini berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya adalah dari

---

<sup>21</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 71

<sup>22</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h.

setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas, baik sampai tidak baik, responden diminta mengisi pertanyaan dalam skala interval berbentuk verbal dalam jumlah katagori tertentu<sup>23</sup>.

Setiap pertanyaan mempunyai lima alternatif jawaban, dengan bobot alternative jawaban sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
2. Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 2
3. Alternatif jawaban kurang diberi skor 3
4. Alternatif jawaban setuju diberi skor 4
5. Alternatif jawaban sangat setuju skor 5

#### 7. Metode Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Uji Instrumen Penelitian (Pra Analisa Data)
  - 1) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuisioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien r hitung  $r$  tabel.<sup>24</sup> Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi product moment*:

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

---

<sup>23</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2009), Ed ke-2, h. 70.

<sup>24</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Edisi. Ke-2, Cet. Ke-3, h. 235.

Keterangan:

$r$  = koefisien korelasi

$x$  = deviasi rata-rata variabel X

$y$  = deviasi rata-rata variabel Y

## 2) Uji Reliabilitas.

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas adalah untuk menguji keandalan data dengan menggunakan rumus Alfa Cronbach. Batasan nilai dalam uji adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS.

## 3) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.<sup>25</sup>

Pengujian menggunakan rumus *kolmogrov smirnov* dalam spss.

## b) Analisa Data Penelitian

### 1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya<sup>26</sup>, dimana variabel independen (X) adalah kualitas produk motor

---

<sup>25</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *Op. Cit*, h. 109.

<sup>26</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 103.

matic suzuki, sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian.

$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y = Keputusan pembelian

a = konstan

b = koefisien arah regresi linear

X = kualitas produk

## 2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan  $\alpha = 0,05$  atau 5%, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

## 3) Koefisien Korelasi Sederhana (r)

Uji korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi.

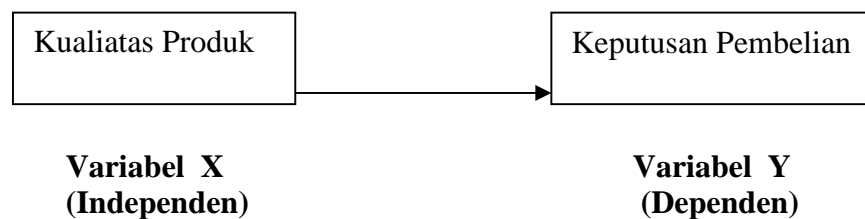
Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS 17.00.



## F. Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa kualitas produk pada motor matic suzuki berdampak pada keputusan pembelian konsumen, dengan kata lain jika kualitas produk telah bagus akan dapat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen, dan akan berdampak baik pada perusahaan tersebut, sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan kualitas yang diinginkan juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumennya. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Penelitian**



## G. Hipotesa

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Ha : Diduga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen di kecamatan tapung.

## H. Variabel

### 1. Defenisi Variabel

Defenisi variabel adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan

kegiatan untuk mengukur variabel tersebut<sup>27</sup>. Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Sub Variabel	Indikator
Kualitas Produk (X)	1. Ketahanan ( <i>durability</i> )	a. Umur Produk b. Daya tahan mesin
	2. Keandalan ( <i>Reliability</i> )	a. Nyaman di pakai b. Kecepatan
	3. Kemudahan Perbaikan ( <i>Repairability</i> )	a. Kemudahan memperoleh perbaikan b. Penanganan keluhan yang memuaskan
	4. Fitur ( <i>featur</i> s)	a. Struktur produk b. Spesifikasi produk
	5. Desain ( <i>Design</i> )	a. Bentuk fisik b. Warna, merk, logo
	6. Kinerja ( <i>Performance</i> )	a. Bahan bakar b. Jumlah Beban yang diangkut
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Masalah	a. Pengenalan Kebutuhan
	2. Pencarian Informasi	a. Sumber Pibadi b. Sumber Komersial c. Sumber Umum d. Sumber Pengalaman
	3. Evaluasi Alternatif	a. Sikap b. Keyakinan
	4. Keputusan Pembelian	a. Memilih Produk b. Memilih merk c. Tempat Pembelian

<sup>27</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h. 126.

	5. Perilaku pasca pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Merasa puas</li> <li>b. Peluang membeli kembali</li> <li>c. Mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk kepada orang lain</li> </ul>
--	-----------------------------	--

### G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dalam pembahasan, maka penulisan penelitian ini dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut :

#### **BABI : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai : Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, metode penelitian, hipotesa dan sistematika penelitian.

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis memaparkan tentang : Letak Kondisi Geografis dan Demografis, agama dan pendidikan, sosial ekonomi dan adat istiadat, Sejarah Perusahaan, Struktur organisasi visi dan misi.

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

Dalam bab ini penulis menjelaskan uraian dari segi teori, dari penelitian ini berkenaan tentang keputusan pembelian, keputusan pembelian dalam Islam, tentang kualitas produk, dan produksi dalam ekonomi Islam.

**BAB IV : PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian meliputi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk motor matic Suzuki di kecamatan tapung, tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk motor matic Suzuki di kecamatan tapung.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan, dan kemudian penulis memberikan saran-saran terhadap permasalahan yang diteliti