

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON GENGAM
MENURUT EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan
Hukum Universitas Islam Negeri Sultan
Syarif Kasim Riau)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E, Sy)



Oleh:

SAIDAN

10925006465

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2015 M/ 1436 H**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Genggam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) yang ditulis oleh:

Nama : Saidan
Nim : 10925006465
Jurusan : Ekonomi Islam

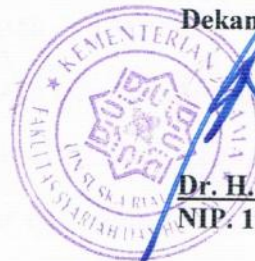
Telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang dilaksanakan pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 10 Juni 2015

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE,Sy).

Pekanbaru, 30 Juli 2015

Dekan



Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd
NIP. 19711001199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr.H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd
NIP.19711001 199503 1 002

PENGUJI I

DR. H. Muh. Said, HM, MA, MM
NIP.19620512 198903 1 003

SEKRETARIS

H.J. Nur'aini Sahu, SH, MH
NIP.1959017 199503 2 001

PENGUJI II

Muhammad Nurwahid, M.Ag
NIP.19710101 200003 1 005

ABSTRAKS

Judul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Genggam Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)”. Yang melatar belakangi penelitian adalah karena sebagai makhluk sosial yang saling bergantung satu sama lainnya, manusia tidak terlepas dari aktivitas perekonomian. Aktivitas perekonomian dikenal dengan istilah aktivitas penjualan, yaitu terdiri atas penjual dan pembeli. Pembeli sebagai pengambil keputusan atas penawaran yang diberikan oleh penjual. Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk pembelian barang. Salah satu barang yang menarik untuk diteliti yaitu telepon genggam karena rata-rata setiap individu menggunakan telepon genggam minimal satu dalam kesehariannya. Masalah pokok dalam penelitian adalah bagaimana perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian telepon genggam dan bagaimana tinjauan ekonomi islam menjelaskannya.

Penelitian ini dilakukan di UIN Sultan Syarif Kasim Riau yaitu beralamat di Jl. H.R.Soebrantas No.155 KM 18 Simpang Baru Panam, Pekanbaru. Kecenderungan peneliti untuk memilih lokasi tersebut karena banyaknya pengguna telepon genggam dan dianggap memiliki pemahaman yang baik terhadap konsep ekonomi Islam serta juga terdapat berbagai latar belakang kehidupan yang beraneka ragam. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna telepon genggam pada mahasiswa angkatan 2013 dan 2014 Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Populasi dalam penelitian ini yaitu sejumlah 807 orang. Tekhnik pengambilan sampel dengan cara *Random Sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu digunakan rumus Slovin, yaitu diperoleh sebanyak 267 orang.

Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan persamaan regresi: $Y=16,753+1,527X$ yakni bernilai positif. Artinya bahwa ada pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian telepon genggam pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Besarnya koefisien determinasinya adalah sebesar 0,365, mengandung pengertian bahwa pengaruh keputusan pembelian terhadap perubahan perilaku konsumen adalah 36,5%. Sedangkan 63,5% (100% - 36,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya harga, kualitas dan gaya hidup. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum termasuk dalam kelompok masyarakat yang menerapkan Ekonomi Islam dalam membelanjakan hartanya artinya mereka menerapkan konsep yang sesuai dengan ajaran agama Islam dalam melakukan pembelian telepon genggam yaitu tidak mubadzir, tidak kikir dan sederhana serta memanfaatkan produk secara positif. Karena Al-Qur'an melarang membelanjakan harta secara berlebih-lebihan semata-mata menuruti hawa nafsu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang yang telah memberikan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan karya sederhana ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurah pada Sang Murobbi agung Rasulullah Muhammad SAW, *allahumma sholi 'ala Muhammad wa'ala ali Muhammad* sebagai tokoh utama yang patut dikagumi dan diteladani. Ucapan terima kasih secara khusus diberikan kepada :

1. Ibuku tercinta Hj. Fauza dan Ayah tercinta H. Asrul yang telah memberikan segala dorongan moril maupun materil yang tak akan terbalaskan hingga akhir hayat.
2. Istriku tercinta Eftriani Putri,S.Psi yang menemani sepanjang waktu.
3. Bapak Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA selaku Rektor UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. H. Akbarizan, MA, M.Pd selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau beserta Wakil Dekan I, II dan III.
5. Bapak Kamiruddin, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Bambang Hermanto, M.Ag selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Suska Riau.
6. Ibu Nur Hasanah, SE, M.M selaku pembimbing, atas segala saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi.
7. Bapak Hairul Amri, M.Ag selaku penasehat akademik yang telah memotivasi dan memberikan saran dari awal kuliah hingga akhir.
8. Seluruh Dosen dan segenap karyawan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, baik yang bertatap dalam mata kuliah maupun yang belum diberi

kesempatan untuk bertemu dalam perkuliahan. Terima kasih untuk tiap ilmu yang telah diberikan pada penulis selama perkuliahan.

9. Seluruh teman-teman dan saudara yang telah membantu dalam penyelesaian perkuliahan, terkhusus mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2013-2014.
10. Setiap nama yang tak tertuliskan satu per satu namun sudah memberi bantuan, motivasi dan inspirasi dalam kehidupan.

Semoga segala bentuk bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak dibalas oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dinilai ibadan dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan., khususnya pada lingkungan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, masih banyak terdapat kekeliruan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu maupun minimnya pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, semoga skripsi ini bermanfaat, aamiin.

Pekanbaru, 15 Mei 2015

SAIDAN
NIM. 10925006465

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Pemikiran.....	10
F. Rumusan Hipotesa.....	11
G. Metode Penelitian.....	11
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Berdirinya Fakultas Syariah dan Hukum.....	24
B. Visi dan Misi Fakultas Syariah dan Hukum	28
C. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Hukum.....	29
D. Jumlah Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum.....	30
BAB III TINJAUAN TEORI	

A. Definisi Perilaku Konsumen	31
B. Teori Perilaku Konsumen	33
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34
D. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	42
E. Definisi Keputusan Pembelian.....	51
F. Proses Keputusan Pembelian	51
G. Struktur Keputusan Pembelian.....	54
H. Pengaruh Eksternal dan Internal Terhadap Pengambilan Keputusan	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	58
B. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian Menurut Ekonomi Islam	77

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN