

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kedudukan konsumen semakin penting dalam hubungan organisasi. Konsumen menuntut tidak terbatas terpenuhi kebutuhan tetapi juga yang menjadi keinginannya. Peningkatan tersebut, sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang memberikan kemudahan konsumen mengetahui, memahami dan mempunyai banyak pilihan. Proses keputusan pembelian menurut Philip Kotler terdiri dari lima tahap yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, paska pembelian. Berdasarkan pendapat tersebut, istilah keputusan pembelian menunjukkan arti kesimpulan terbaik individu konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen melakukan kegiatan- kegiatan dalam kesimpulannya. Kualitas setiap kegiatan membentuk totalitas kesimpulan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya<sup>1</sup>.

Adapun kebutuhan konsumen akan suatu produk dapat dipenuhi oleh berbagai macam variasi produk sejenis dengan merek dan kualitas yang berbeda yang di jual di pasaran. Hal ini memaksa konsumen untuk lebih kritis dalam menerima informasi yang masuk mengenai produk-produk yang ada sebagai faktor pendukung dalam mengambil keputusan.

---

<sup>1</sup>Iman Mulyana Dwi Suwandi, *Manajemen Pemasaran (Keputusan Pembelian)* ,jurnal, Universitas Widia Tama, 23 Januari 2015.

Dalam pengambilan keputusan ini konsumen di pengaruhi oleh karakteristiknya dan selalu menaati proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Yaitu berupa rangsangan yang diberikan oleh pemasar agar konsumen memberikan tanggapan yang kemudian dapat dijadikan umpanbalik bagi produsen.

Hal yang paling penting adalah bagaimana produsen memahami umpan balik yang diberikan konsumen, karena produsen yang dapat memenuhi tanggapan konsumen dengan baik akan memiliki keuntungan yang lebih dibandingkan dngan pesaingnya.<sup>2</sup>

Dalam pengambilan keputusan ini perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan pembelian mereka, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahapan yang dilakukan konsumen, kelima tahapan tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, pembuatan keputusan, dan perilaku setelah pembelian.

Dan salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian adalah kualitas produk, adapun defenisi kualitas berikut:

a. Mutu atau kualitas adalah suatu atribut penting dan merupakan pembeda suatu produk atau seseorang terhadap produk atau orang lain.

---

<sup>2</sup>Yani Iriani Dan Maria Barokah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pmbelian LPG 3Kg*, (Widaya Tama), Jurnal diakses tanggal 22 Januari 2015.

- b. Mutu atau kualitas adalah suatu dari derajat atau kelas dari keunggulan atau kekayaan kebendaan.
- c. Mutu atau kualitas adalah karakteristik dari suatu produk yang menggambarkan hakikat individual yang nyata dari produk yang bersangkutan.
- d. Mutu atau kualitas adalah status sosial yang tinggi <sup>3</sup>.

Di lain pihak, J.M Juran (1995) menyatakan mutu atau kualitas memiliki banyak makna, di antaranya ada tiga yang sering dipakai, baik dalam kanzah keilmuan maupun dalam praktik:

- a. Mutu atau kualitas adalah keistimewaan produk yang menjawab kebutuhan konsumen.
- b. Mutu atau kualitas adalah bebas dari cacat atau defisiensi.
- c. Mutu atau kualitas adalah kesesuaian dengan tujuan penggunaan.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disadari bahwa mutu atau kualitas pada dasarnya adalah kreasi dan inovasi berkelanjutan yang dilakukan untuk menyediakan produk atau jasa yang memenuhi, atau melampaui harapan para pelanggan, dalam usaha untuk terus memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka<sup>4</sup>.

Kualitas yang penulis maksudkan disini adalah kualitas produk. Produk adalah segala sesuatu (meliputi objek fisik, jasa, tempat, organisasi,

---

<sup>3</sup>Murdifin Haming, *Manajemen Produksi Moderen*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2007), h. 102-103.

<sup>4</sup>*Ibid.*

gagasan, ataupun pribadi) yang dapat atau mampu ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli digunakan untuk di konsumsi pasar untuk memenuhi kebutuhan. Produk adalah sebagai pemahaman produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen<sup>5</sup>.

Di dalam pandangan islam sendiri jual beli adalah sebagai sarana tolong menolong bagi sesama manusia. Sebab transaksi dalam jual beli tidak hanya dilihat sebagai pencari keuntungan semata, tetapi juga di pandang sebagai bantu-membantu sesama saudara. Bagi penjual ia memenuhi kebutuhan barang yang dibutuhkan pembeli, sedangkan bagi pembeli, ia sedang memenuhi kebutuhan akan keuntungan yang sedang dicari oleh penjual. Atas dasar ini lah jual beli merupakan aktifitas yang mulia, dan islam memperkenalkannya.<sup>6</sup>

Salah satu contoh kegiatan ber-mu'amalat adalah transaksi bisnis. Transaksi bisnis ialah hal yang sangat diperhatikan dan sangat dimuliakan dalam islam. Pedagang yang jujur adalah yang disukai oleh Allah dan memberikan rahmat kepada orang yang berbuat demikian. Perdagangan bisa saja dilakukan oleh individu atau perusahaan dan berbagai lembaga-lembaga yang serupa.<sup>7</sup>

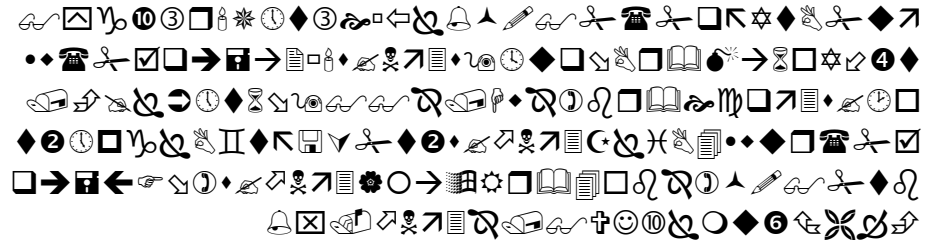
---

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

<sup>6</sup><http://eprints.walisongo.ac.id/Bab1.pdf> diakses tanggal 24 Januari 2015

<sup>7</sup>Jajang Nurjaman, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Parfum Ber Alkohol*, (UIN Sunan Kalijaga,2010), Jurnal diakses tanggal 24 Januari 2015.

a. Firman Allah,



Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.



"Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah: 275)

Dalam ayat di atas dapat kita lihat bahwa Allah sudah menghalalkan jual beli dan sangat mengharamkan riba, dan oleh karena itu proses transaksi jual beli batu bata yang ada di Kenagarian Aripan sudah melaksanakannya seperti transaksi jual beli batubata secara tunai sehingga memberikan kemungkinan kecil terjadinya riba yang akan merugikan pembeli, dan juga produk yang diberikan kepada pembeli sudah sesuai dengan permintaan para konsumen batu bata sehingga konsumen merasa puas.

Lokasi penelitian berada di Kenagarian Aripan yang dapat ditempuh sekitar 30 menit dari pusat Kota Solok, menuju ke arah utara melewati daerah Laing. Tepatnya sekitar 6 Km dari Kota Solok. Di sini banyak terdapat

pabrik batu bata dan pada umumnya penduduk di Kenagarian Aripin ini menyebutnya dengan sebutan bedeng batu bata. Hampir di setiap tempat di daerah ini terdapat banyak nya pabrik batu bata atau bedeng batu bata yang di jadikan sarana sebagai kegiatan usaha oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Perkembangan rata-rata omset penjualan pertahun batu bata pada salah satu pemilik usaha batu bata melalui hasil wawancara di Kenagarian Aripin ini dapat dilihat pada tabel I.1 berikut :

**Tabel I.1 :Perkembangan rata-rata omset penjualan batu bata di Kenagarian Aripin Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat.**

No.	Tahun	Omset			presentase
		Jumlah batubata yang terjual	Harga / potong	Pendapatan	
1.	2010	45.000 potong	Rp. 375	Rp. 16.875.000.-	-
2.	2011	65.000 potong	Rp. 415	Rp. 26.975.000.-	59,85%
3.	2012	55.000 potong	Rp. 435	Rp. 23.925.000.-	-0,11%
4.	2013	75.000 potong	Rp. 450	Rp. 33.750.000.-	41,06%
5.	2014	70.000 potong	Rp. 400	Rp. 28.000.000.-	-17,03%

*Sumber : Salah seorang produsen batu bata di Kenagarian Aripin*

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa perkembangan rata-rata penjualan batu bata di Kenagarian Aripin mengalami fluktuasi hal ini

terlihat dari tahun 2011 mengalami kenaikan harga batu bata dan pada tahun 2012 terjadi penurunan harga batu bata.<sup>8</sup>

Kualitas dari produk batubata di Kenagarian Aripan ini tidak kalah saing dengan kualitas produk batu bata di daerah-daerah lain, ditambah lagi dengan tekstur kelembaban tanah liat di daerah ini sangat memadai dalam proses memproduksi batubata, dan juga akses jalan yang telah memadai untuk mencapai daerah bedeng batubata tersebut, para konsumen biasanya dapat langsung memesan produk batubata kepada pekerjanya. Akan tetapi berdasarkan fakta respon<sup>9</sup> dari salah satu konsumen batu bata Nagari Aripan terdapat gejala kepuasan/ketidakpuasan konsumen. Seperti adanya ketidakcocokan antara produk yang ditawarkan dengan produk yang ingin dibeli, adanya perbedaan yang diletakkan kepada orang-orang tertentu, dan produk yang dibeli terkadang tidak dapat memenuhi harapan konsumen seperti produk yang dibeli retak atau pecah bahkan ada yang gosong. Namun banyak juga konsumen yang sudah puas dengan kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh para produsen batu bata di Kenagarian Aripan.

Menilai dari gejala kepuasan/ketidakpuasan konsumen tersebut, maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Terhadap minat beli konsumen Batubata di Kenagarian aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok. Hal ini penting sebagai acuan bagi para produsen

---

<sup>8</sup>Jasril, Produsen Batubata, *Wawancara*, Kenagarian Aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat 8 April 2015.

<sup>9</sup> Panut, (Konsumen Batu Bata di Kenagarian Aripan), *Wawancara*, 10 Oktober 2015

batubata dalam meningkatkan kualitas produknya agar dapat memberikan kepuasan konsumen dalam pembelian produk batubata.

Latar belakang penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar hubungan kualitas produk dengan harga yang telah ditawarkan dalam menarik minat konsumen akan keputusan pembelian batu bata tersebut sehingga memberikan kepuasan konsumen secara maksimal.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam dan menuangkan dalam bentuk suatu karya ilmiah dengan judul : "**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Batu Bata Di Kenagarian Aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat Menurut Ekonomi Islam**".

## **B. Batasan Masalah**

Agar lebih terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, perlu kiranya dibatasi pokok pembahasan yaitu "**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Batubata Di Kenagarian Aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat Menurut Ekonomi Islam**".

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:



1. Apakah terdapat pengaruh yang *signifikan* dari kualitas produk batubata terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Kenagarian Aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat ?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap kualitas produk batubata dalam keputusan pembelian oleh konsumen ?

#### **D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang *signifikan* dari kualitas produk batubata terhadap keputusan pembelian batubata oleh konsumen di Kenagarian Aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat.
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap kualitas produk batubata dalam keputusan pembelian konsumen.

##### **2. Kegunaan Penelitian**

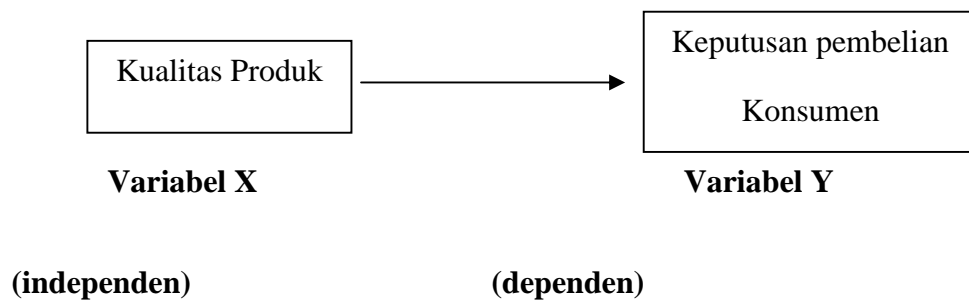
- a. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Studi Program Srata Satu (S1) pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Jurusan Ekonomi Islam.
- b. Untuk menambah wawasan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.

- c. Sebagai salah satu sumber informasi bagi kita untuk mengetahui lebih dalam tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian batubata menurut Ekonomi Islam

### **E. Kerangka Berfikir**

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa kualitas produk pada batu bata akan berdampak pada keputusan dalam pembelian batu bata oleh konsumen. Dengan kata lain jika kualitas produk yang ditawarkan terjamin bagus yang sesuai dengan harga jual maka akan dapat berpengaruh pada keputusan untuk membeli oleh konsumen, dan ini akan berdampak baik bagi para produsen batu bata. Sebaliknya jika kualitas produk tidak terjamin dengan harga yang ditawarkan maka juga dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk.

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



## **F. 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>10</sup>. Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h. 126.

**Tabel I.2 : Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
1.	Variabel (X) Kualitas Produk	Kualitas produk adalah suatu usaha atau upaya dalam pembuatan produk yang berkualitas untuk memenuhi kepuasan pelanggan sejak awal dan setiap saat, dan melakukan segala sesuatu secara benar dalam memproduksi sehingga bisa membahagian pelanggan <sup>11</sup>	A. Bahan baku B. Proses pembuatan C. pembakaran D. Tekstur
2.	Variabel (Y) Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk tersebut. <sup>12</sup>	A. Kebutuhan B. Lokasi C. Harga D. Kemantapan pada sebuah produk. E. Kebiasaan dalam membeli produk. F. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. G. Melakukan pembelian ulang

<sup>11</sup> *ibid*<sup>12</sup> Budi Wahyono, *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen (11 October 2012)*, Artikel diakses tgl 8 April 2015.

## **G. Rumusan Hipotesis**

Berdasarkan permasalahan dan landasan teori diatas dapat disusun suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus diuji kebenarannya melalui riset yaitu:

Ha : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada batubata di Kenagarian Aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat.

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan di Kecamatan X Koto Singkarak Di Kenagarian Aripa. Alasan penulis memilih lokasi penelitian ini adalah karena pada umumnya masyarakat di Kenagarian Aripan ini bekerja sebagai pencetak batu bata.

### **2. Subjek Dan Objek Penelitian**

- a. Subjek penelitian adalah orang-orang yang terlibat dalam penelitian. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah konsumen batubata yang berada di Kenagarian Aripan.
- b. Objek penelitian adalah apa yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian. Sebagai objek dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

batubata di Kenagarian Aripin Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

### **3. Sumber Data**

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer yaitu data yang di peroleh atau di kumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya secara langsung dari tempat penelitian<sup>13</sup>. Dalam penelitian ini data primer sumber dari konsumen batubata yang menjadi responden penelitian.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau di kumpulkan dari sumbe-sumber yang telah ada. Data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan penelitian terdahulu. Data sekunder disebut juga sebagai data tersedia.<sup>14</sup>

### **4. Teknik Dan Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penunjang pembahasan penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

---

<sup>13</sup>Iqbal Hasan, *pokok-pokok materi statistik 1 (statistik deskriptif)*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2002), Ed. Ke-2, Cet. Ke-3, h. 33.

<sup>14</sup>*Ibid*

- a. Observasi, yaitu cara pengumpulan data yang penulis lakukan dengan mengamati gejala dan fenomena yang terjadi di lapangan.
- b. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden, guna melengkapi data-data yang diperlukan dalam penelitian.
- c. Angket, yaitu mendapatkan data dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada para produsen batubata dan konsumen batubata.
- d. Studi pustaka, yaitu membaca buku-buku yang terkait dengan judul penelitian.

## 5. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen batubata dan produsen batubata adalah sebagai informan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumensebanyak 150 orang. jumlah ini berdasarkan perkiraan rata-rata konsumen selama satu bulan.<sup>15</sup> Oleh karena populasi ini banyak maka penulis mengambil sampelsebanyak60 orang konsumenyang merupakan pembeli batu bata menggunakan *Rumus Slovin*.<sup>16</sup>

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

---

<sup>15</sup> Isul, *Hasil Wawancara Produsen Batubata Di Kanagarian Arian*, tanggal 10 April 2015

<sup>16</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 71

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:

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

$$n = \frac{150}{150(0,1)^2 + 1} = \frac{150}{2,5} = 60$$

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan Teknik *Accidental Random Sampling* ialah teknik pengambilan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-ciri), maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen penelitian

1. Uji Validitas



Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kusioner yang di susun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung  $r$  tabel.

Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi person produk moment*<sup>17</sup>:

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

Keterangan :

$r$  = Kefisienskorelasi

$x$  = Deviasi rata-rata variabel X

$$= X - \bar{X}$$

$y$  = Deviasi rata-rata variabel Y

$$= Y - \bar{Y}$$

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pecngujian dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*. 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

---

<sup>17</sup>Iqbal Hasan, *Ibid*, h. 235

pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS.

#### b. Uji Asumsi Klasik

Hasil dari koefisien regresi akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bias bila memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Agar mendapatkan korelasi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikoleniaritas, heteroskedostisitas serta autokorelasi.

##### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data continue berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reabilitas, uji t, korelasi, regresi, dapat dilaksanakan.

##### 2. Uji Autokorelasi

Menurut Makridakis sebagaimana yang dikutip oleh Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin-Watson

(DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

a)  $1,65 < DW < 2,35$  tidak ada autokorelasi.

b)  $1,21 < DW < 1,65$  atau  $2,35 < DW < 2,79$  tidak dapat

disimpulkan.

c)  $DW < 1,21$  atau  $DW > 2,79$  terjadi autokorelasi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.<sup>61</sup> Kemungkinan adanya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram *Scatterplot*, di mana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi.

#### c. Uji Hipotesis Penelitian

##### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model penelitian ini digunakan untuk Dimana variabel independen (X) kualitas produk, sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian batubata.

Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan<sup>18</sup> :

$$Y = a + bX + E$$

Keterangan: Y = Keputusan pembelian batubata

a = Konstan

b = Koefisien arah regresi linier

---

<sup>18</sup> Iqbal Hasan, *Op.Cit*, h. 250

$X =$  Kualitas produk

$E =$  error

## 2. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) berpengaruh 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.

## 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkait. Ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi.

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Setiap pertanyaan mempunyai 4 alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 1

2. Alternatif jawaban kurang setuju diberi skor 2
3. Alternatif jawaban setuju diberi skor 3
4. Alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 4

## **I. Sistematika Penulisan**

- BAB I**           Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II**           Gambaran umum berisi deskripsi umum wilayah Kenagarian Arian Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat.
- BAB III**          Merupakan bab landasan Teori yang berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini.
- BAB IV**          Pada bab ini merupakan hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Batubata Di Kenagarian Arian Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat Menurut Ekonomi Islam.
- BAB V**           Bab ini merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari penulis.

## **DAFTAR PUSTAK**