



UIN SUSKA RIAU

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN
MINUMAN DI STADION CAFÉ KELURAHAN
LANGGINI BANGKINANG DITINJAU
MENURUT EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh

IRWANDI

NIM. 11820514756

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU-PEKANBARU

1444 H/ 2023 M

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sharif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





UIN SUSKA RIAU

- 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

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN
MINUMAN DI STADION CAFÉ KELURAHAN
LANGGINI BANGKINANG DITINJAU
MENURUT EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



UIN SUSKA RIAU

Oleh

IRWANDI
NIM. 11820514756

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1444 H/ 2023 M**



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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Di Stadion Café Kelurahan Langgini Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah** yang ditulis oleh :

Nama : Irwandi
 NIM : 11820514756
 Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 21 Desember 2022

Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi

Afdhol Rinaldi, SE., M.Ec
 NIP. 19790604 201411 1 001

Pembimbing Metodologi

Khairul Amri, M.Ag
 NIP. 19760829 200312 1 003



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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI STADION CAFE KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

Nama : IRWANDI
 NIM : 11820514756
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 16 Maret 2023
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universtitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Mei 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, S.E., MM

Sekretaris
Rozi Andrini, ME

Penguji I
Dr. Amrul Muzan, M.Ag

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



Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Zulkifli M. Ag

NIP. 19741006 200501 005



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

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Irwandi

NIM : 11820514756

Tempat/ Tgl. Lahir : Bangkinang, 03 Juni 1999

Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

“Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Di Stadion Cafe Kelurahan Langgini Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



IRWANDI

NIM : 11820514756

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

ABSTRAK

© Halicipta mika
Jurnal Ilmiah
Suska Riau
Stasiun
Universitas
Yarif Basim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya
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.

Arwandi, (2022): Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Di Stadion Cafe Kelurahan Langgini Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh situasi peningkatan diawal dan mengalami penurunan tiap tahun dari segi konsumen dan yang mempengaruhi penurunan pengunjung pada Stadion Cafe ini adalah banyaknya Cafe disekitar lokasi yang baru dibuka dan lebih banyak menawarkan menu dan berbagai inovasi lainnya termasuk harga yang lebih murah dibandingkan dengan Stadion Cafe, kemudian karena cafe lainnya yang memiliki lebih banyak objek yang instagramable yang dijadikan pengunjung sebagai tempat untuk berfoto.

Penelitian ini dilakukan pada Stadion Cafe, populasi dalam penelitian ini adalah kunjungan konsumennya 567, sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 orang uang diambil dari yang diambil dari rumus slovin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menjelaskan hasil nilai t_{hitung} variabel harga (X_1) diperoleh sebesar 5,611 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sementara t_{tabel} pada $N = 85$ dan nilai alpha 5% diperoleh t_{tabel} sebesar 1,989, $t_{hitung} (5,611) > t_{tabel} (1,989)$ berarti signifikan. Hasil ini memberikan arti bahwa variabel harga terbukti mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Stadion Café Bangkinang Café. Hal ini dapat dilihat karena nilai signifikansi variabel harga lebih rendah daripada nilai alpha yaitu $0,000 < 0,050$. Hasil uji koefisien determinansi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah 52,3%, hal ini memberi arti bahwa kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah kuat sedangkan sisanya sebesar 47,7% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah yaitu stadion café dalam menjual makanan dan minuman ini dalam menjual produknya mengedepankan nilai kejujuran yaitu makanan dan minuman itu halal.

Kata kunci : Harga, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sholawat dan salam selalu diucapkan kepada junjungan alam nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia keluar dari zaman kebodohan sampai pada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan, dan atas ridho dan doa orang tua yang selalu mengiringi setiap proses yang dilalui penulis hingga selesainya skripsi yang berjudul, **“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI TADION CAFE KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”**.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari terdapat banyak kekurangan baik dalam penulisan maupun pembahasan teori terkait dengan judul skripsi. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun sehingga penulis bisa memperbaikinya dikemudian hari. Segala kelebihan hanya milik Allah dan segala kekurangan datangya dari penulis sendiri. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :



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

1. Untuk yang teristimewa buat ibunda ARIZA mungkin kata terima kasih tidak akan pernah cukup untuk mendeskripsikan pengorbanan dan perjuangan ibu untuk ananda hingga sampai pada tahap ini. Terima kasih buat ayahanda ZULKIFLI yang telah memberikan dukungan moril dan materil.
2. Kepada kakak saya Yulianti terima kasih atas dukungan dan semangatnya tak lupa kepada adek-adek tersayang Azzahra, dan Shohibul Wafa.
3. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.
4. Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum.
5. Bapak Dr. Erman, M. Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, M. Si selaku Wakil Dekan II, dan ibu Sofia Hardani, M. Ag selaku Wakil Dekan III yang telah bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Muhammad Nurwahid, S. Ag, M. Ag dan Bapak Syamsurizal, S.E, M. Sc. Ak selaku ketua jurusan dan sekretaris jurusan Ekonomi Syariah, serta bapak ibu dosen karyawan dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang turut membantu hingga selesainya skripsi ini.
7. Bapak Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec dan Bapak Hairul Amri, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, saran, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Deni Rahmatillah, M.E, S.y. selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan nasehat selama masa perkuliahan.

9. Kepada Bapak/Ibu pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terima kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.
10. Kepada pengelola Stadion Cafe Bapak Marzari serta karyawan-karyawati yang telah bersedia memberi izin dan mempermudah peneliti dalam melaksanakan penelitian.
11. Sahabat seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah D terima kasih waktu dan kenangan, canda tawa gurau, pahit manis dibangku perkuliahan berjuang bersama dalam waktu kurang lebih 4 tahun demi masa depan cerah. Buat sahabat seperjuangan KKN-DR Muara Uwai terima kasih untuk semua hal baiknya. seindah apapun cara kita berpamitan perpisahan tetaplah menyakitkan. See you on top gaes.
12. Untuk semua pihak terkait yang telah membantu yang tidak dapat penulis cantumkan satu persatu terima kasih atas dukungannya.

Semoga Allah membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis berharap nantinya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri untuk memperluas khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Aamiin Allahumma Aamiin.

Wabillahiitaufiq Walhidayah Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Bangkinang,

Penulis,

IRWANDI
NIM. 11820514756

DAFTAR ISI

	ABSTRAK	i
	KATA PENGANTAR	ii
	DAFTAR ISI	v
	DAFTAR TABEL	vii
	DAFTAR ISI GAMBAR	viii
	BAB I PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Batasan Masalah	8
	C. Rumusan Masalah	8
	D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
	BAB II KAJIAN PUSTAKA	
	A. Jual Beli	11
	B. Harga	16
	C. Lokasi	24
	D. Perilaku Konsumen	27
	E. Keputusan Pembelian	28
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian	34
	B. Lokasi Penelitian	35
	C. Subjek Dan Objek Penelitian	35
	D. Populasi Dan Sampel	35
	E. Sumber Data Penelitian	36
	F. Teknik Analisis dan Pengumpulan Data	37
	G. Uji Hipotesis Penelitian	38
	H. Skala Pengukuran Variabel Penelitian	42
	I. Hipotesis	43
	J. Operasional Variabel	43
	K. Penelitian Terdahulu	46

Hak Cipta dan Dindingi dan Undang-Undang
 1. Dilindungi oleh undang-undang
 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 IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

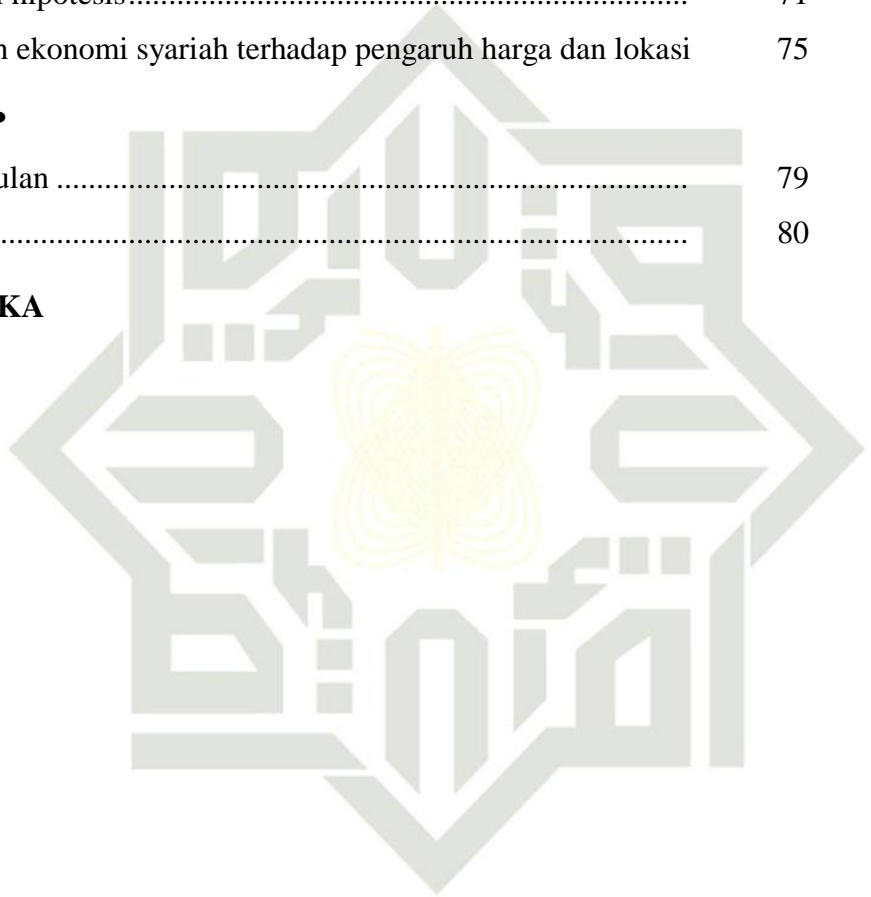
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>A. Gambaran umum Stadion Café 47</p> <p>B. Data responden..... 49</p> <p>C. Analisis deskriptif variabel penelitian..... 52</p> <p>D. Hasil uji asumsi klasik 67</p> <p>E. Regresi linear berganda..... 69</p> <p>F. Hasil uji hipotesis..... 71</p> <p>G. Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh harga dan lokasi 75</p>
---	--

BAB V PENUTUP

<p>A. Kesimpulan 79</p> <p>B. Saran 80</p>
--

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Pengukuran Variabel Skala Likert	43
Operasional Variabel	45
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Data Responden Berdasarkan Usia	49
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	80
Hasil Uji Reliabilitas	52
Harga produk pada Stadion Cafe sesuai dengan kualitas	53
Harga pada Stadion Cafe dapat dijangkau oleh siapa saja ...	53
Harga produk yang ditawarkan bersaing	54
Harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi yang disediakan	54
Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan rasa dan selera	56
Stadion Cafe memberikan potongan harga	55
Lokasi cafe sangat luas	56
Lokasi yang strategis dan mudah diakses	56
Desain tempat yang sangat nyaman	57
Mudah dijumpai dan terletak di pusat kota	57
Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang aman	58
Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang luas	58
Stadion Cafe merupakan Cafe yang telah memiliki izin usaha	59
Stadion Cafe merupakan cafe yang menjual makanan dan minuman untuk pencinta kuliner	59
Saya berbelanja di Stadion Café karena sesuai dengan kebutuhan	60
Saya berminat berbelanja di Stadion Café karena berbeda dengan yang lain	60
Saya berminat berbelanja di Stadion Café setelah mendapat informasi dari keluarga	61



UIN SUSKA RIAU

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

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

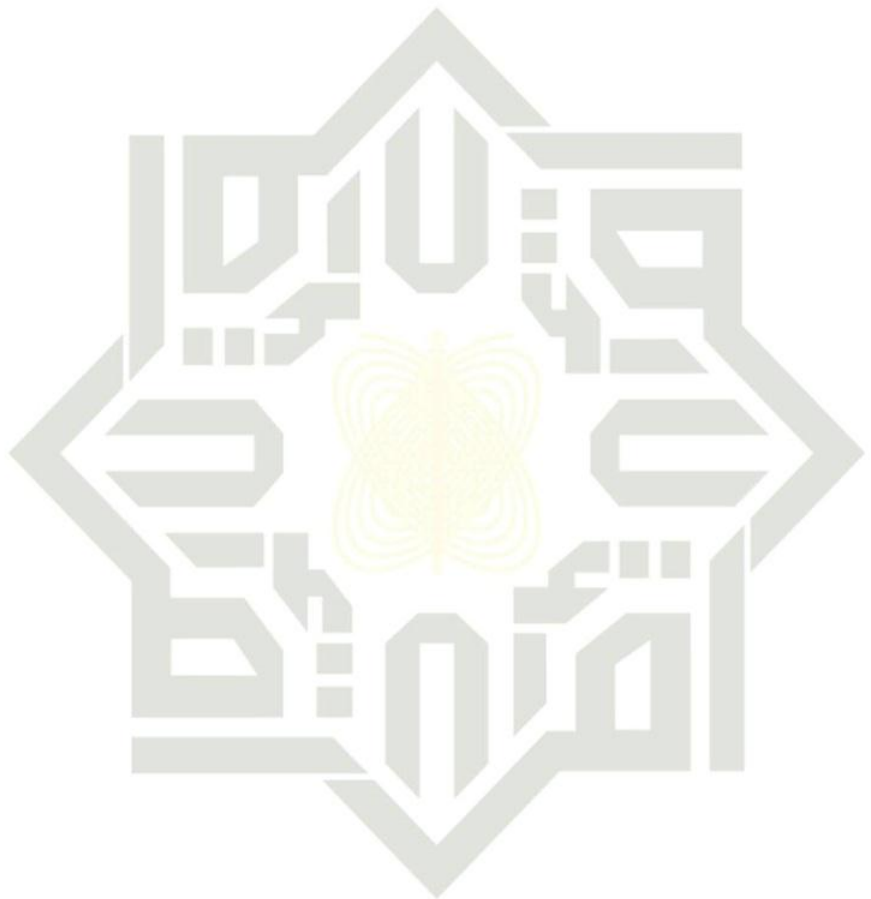
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang Menyalin Sebagian atau Seluruh Karya Tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 4.20	Saya memutuskan untuk membeli produk di Stadion Café ..	61
Tabel 4.21	Saya berminat berbelanja di Stadion Cafe setelah mendapat informasi dari teman	62
Tabel 4.22	Saya tertarik mengetahui informasi produk	63
Tabel 4.23	Saya merasa puas memilih berbelanja di Stadion Café	63
Tabel 4.24	Pertama kali mengetahui produk membuat saya tertarik untuk membeli produk di Stadion Café	64
Tabel 4.25	Saya merasa puas dengan pelayanan serta produk yang dimiliki Stadion Café	64
Tabel 4.26	Saya bersedia membayar lebih jika kualitas makanan memuaskan	65
Tabel 4.27	Saya tertarik memesan makanan dan minuman Yang ditawarkan oleh pelayan Stadion Café	65
Tabel 4.28	Saya yakin Stadion Cafe menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas untuk dikonsumsi	66
Tabel 4.29	Saya akan datang lagi kembali ke Stadion Cafe	66
Tabel 4.30	Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.31	Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.32	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	71
Tabel 4.33	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial	72
Tabel 4.34	Koefisien Korelasi (R)	73

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Operasional Variabel	44
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	67
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	69



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta dan Undang-Undang

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



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Di kehidupan bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan pelanggan. Semua kegiatan dilakukan pelanggan oleh perusahaan pada akhirnya akan menghasilkan nilai yang membuat pelanggan puas tentang anda rasakan.¹

Perkembangan bisnis juga menyebabkan perubahan pola dan cara pesaing dalam mempertahankan usahanya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis di lingkungannya dan menempatkan orientasi pada kapabilitas untuk menarik keputusan pembeli agar dapat berhasil dalam menjalankan usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran.²

Islam menganjurkan kita untuk berusaha dan giat bekerja terdapat dalam Al-qur'an Ar-Ra'd:

¹ Nur Kholiq, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Distro EAST PROJECT di Kediri", Simki Economic, Vol. 01 No. 02 (2017).

² Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti, "Analisis pengaruh kualitas produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Pada Warung Makan Bebek Gendut Semarang)", Jurnal Manajemen, (Vol. 02 No. 03, 2013), hlm. 11.



لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُ

مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (Q.S Ar-Rad : 11)

Maksud ayat diatas ialah Allah Swt menyuruh kita sebagai umatnya untuk bekerja dan berusaha di muka bumi ini. Begitu banyak aspek yang mempengaruhi dalam meningkatkan kesejahteraan tersebut yaitu dari sektor kewirausahaan. Ada beberapa jenis bisnis yang bisa dilakukan, yaitu berdagang. Berdagang adalah usaha yang memiliki basis yang beragam. Mulai dari usaha dagang yang kecil sampai usaha dagang yang besar. Transaksi yang timbul pada di perdagangan yaitu mengharapkan profit atau keuntungan, karena pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah mendapatkan keuntungan.

Keberhasilan perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen ditentukan dengan pemilihan strategi pemasaran yaitu dengan memanfaatkan peluang untuk menentukan setiap konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini, perusahaan akan berusaha untuk menguasai pangsa pasar dalam strategi pemasaran dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan kinerja yang efisien dan optimal.

Banyak sekali faktor yang berperan terhadap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, seperti harga dan lokasi. Konsumen memiliki kebutuhan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan 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 harapan tertentu. Perusahaan yang paling dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan adalah perusahaan yang berkualitas.³ Selain itu, Harga dinilai sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Saat melakukan keputusan pembelian, konsumen pasti mengetahui harga dan membeli produk yang paling mahal.

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan pada produk atau layanan.⁴ Makanan yang enak dengan harga yang terjangkau pasti memiliki banyak peminat. Dan sebaliknya, apabila harga suatu makanan dan minuman itu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli makanan dan minuman tersebut dikarenakan harganya jauh dari terjangkau. Konsumen selalu memperhitungkan harga yang cocok untuk konsumen yang sesuai dengan keinginannya.

Faktor pertama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli yaitu harga. Sebagaimana dijelaskan Philip Kotler, harga telah menjadi aspek terpenting dalam menentukan keputusan pembeli. Secara umum, harga adalah nilai total yang diperdagangkan pembeli untuk kepentingan memiliki barang.⁵ Harga merupakan nilai ukuran pertukaran yang kompetitif dengan sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan atau jasa yang diinginkan.

³ Tamrin Abdullah dan Francis Tantri, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), ce ke-2, hlm. 44.

⁴ Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2003), hlm. 79.

⁵ Rissa Mustika Sari. Prihartono, “*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*”, *Jurnal Ilmiah MEA*, (Vol. 05 No. 03, 2017) hlm, 1171.



Stadion Cafe dikelurahan langgini ini memiliki ciri khusus tersendiri dalam menarik perhatian para pembeli, yaitu dengan memperluas pekarangan rumah yang disediakan taman bermain seperti ayunan, tempat studio untuk berfoto, halaman yang luas dan parkir yang sangat lega dan tidak sempit. Sebagai salah satu usaha yang sangat berkembang saat ini dan memiliki kemajuan yang signifikan, hal ini bisa dilihat dari pelaku usaha lain yang semakin bertambah untuk melakukan usaha sejenis. Dalam hal ini tak lain dan tak bukan menciptakan keuntungan karena adanya rasa bersaing dengan usaha sejenis.

Menyadari akan pesaing yang semakin bertambah, stadion café dikelurahan langgini ini tentu melakukan segala inovasi yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen agar untuk keesok hari nya ingin kembali lagi sebagai bentuk kepuasan konsumen itu sendiri. Menyikapi pesaing yang semakin bertambah, stadion café dikelurahan langgini memfokuskan harga yang ditentukan pada makanan dan minuman yang dijual memiliki harga yang murah, variatif dan bersaing. Hal ini jelas dilakukan oleh pemilik stadion cafe dikelurahan langgini yang bertujuan agar konsumen yang sudah datang tidak enggan untuk datang kembali.

Faktor lokasi juga mempengaruhi keputusan yang diambil konsumen untuk membeli produk. Menurut Lupiyoadi, dikutip Fahrudin, lokasi tersebut adalah tempat perusahaan berkantor pusat dan melakukan kegiatan operasi.⁶ Jadi, lokasi di sini adalah posisi fisik atau tempat di jenis usaha atau bidang usaha yang akan

⁶ Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti, "Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya", *Journal of Business and Banking* (Vol. 5, No. 1, 2015), hlm. 152.



dijalankan. Menurut Buchari yang dikutip oleh Setiaji mengatakan, bahwa pemilihan lokasi yang tepat dan strategis akan menentukan tingkat keberhasilan atau kegagalan bisnis di masa depan.⁷

Lokasi toko sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Lokasi harus dipilih dengan pertimbangan sebaik mungkin. Jika perusahaan melakukan kesalahan dalam memilih tempat usaha, maka perusahaan harus menerima resiko kerugian atau kegagalan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan Tjiptono dan Chandra dikutip oleh Harahap menyatakan, bahwa ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih lokasi, salah satunya adalah persaingan atau lokasi pesaing.⁸ Dari segi lokasi stadion cafe dikelurahan Anggini berada dilokasi yang strategis yaitu dipersimpangan jalan dekat dengan SMP, Stadion Tuanku Tambusai Bangkinang dan terletak di persimpangan yang aksesibilitasnya terlihat jelas dan lalu lintas yang lancar yang membuat stadion café ini letaknya sangat strategis. Dan untuk halaman parkirnya senditi itu sangat luas dan nyaman.

Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran harus memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian saat memasarkan suatu produk. Hal ini karena secara konsep salah satu cara untuk

⁷ Kasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah, "Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi", Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis (Vol. 6, No. 1, 2018), hlm. 7

⁸ Dedy Ansari Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan", Jurnal Keuangan dan Bisnis (Vol. 7, No. 3, 2015), hlm. 22.



mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing.

Salah satu kajian ekonomi adalah keputusan pembeli, yaitu keputusan pembelian merupakan suatu proses dalam pembelian yang sebenarnya, terlepas apakah pembelian tersebut membeli atau tidak.⁹ Keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen mengambil tindakan mengenai konsumsi produk dan jasa yang diinginkan.¹⁰

Stadion Cafe merupakan cafe yang sudah berdiri sejak tahun 2017. Berdasarkan observasi yang dilakukan, penulis menemukan bahwa untuk dari segi harga makanan yang dijual itu terbilang semuanya terjangkau yang gunanya untuk menjadi daya tarik para pembeli dan juga meningkatkan penjualan di Stadion Cafe. Untuk mengetahui macam makanan, minuman dan harga pada Stadion Cafe dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1.
Data Makanan Dan Minuman Beserta Harga Stadion
Cafe Tahun 2019-2021

No.	Jenis Makanan Dan Minuman	Harga
1	Aneka Olahan Bakso	10.000-15.000/porsi
2	Aneka Olahan Nugget	10.000-15.000/porsi
3	Aneka Mie Rebus dan Goreng	12.000/porsi
4	Aneka Minuman Olahan	6000-10.000/porsi

Sumber: *Stadion Café, 2021*

⁹ Anwar Rahman, *Strategi dahsyat marketing Mix*, (Jakarta: Trans Media, 2010), h.110.

¹⁰ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), Cet. ke-1, h.249.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Saifudin Arifudin Rahim Riau

Hal 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.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis dengan pemilik Stadion Cafe dikelurahan Langgini bahwa dari segi harga produk yang dijual oleh Stadion Cafe Bangkinang semua harganya terjangkau. Untuk target pasar anak SMP dan SMA dan mahasiswa. Untuk harga olahan makanan berkisar dari Rp.10.000 sampai dengan Rp.15.000, dan untuk harga minuman berkisar antara harga Rp.6.000 sampai dengan Rp.10.000.¹¹

Melihat hasil wawancara awal antara penulis dengan pemilik usaha Stadion Cafe, Bapak Marzari mengatakan bahwa usaha yang ia jalankan mengalami situasi peningkatan diawal dan mengalami penurunan tiap tahun dari segi konsumen. Berdasarkan data omset penjualan, transaksi yang terjadi pada tahun pertama mengalami situasi fluktuatif, yaitu kondisi naik dan sewaktu-waktu kondisinya menurun. Hal ini dapat penulis paparkan data kunjungan konsumen Stadion Cafe dari tahun 2019-2021:

Tabel 1.2
Data Kunjungan Konsumen Stadion Cafe Tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Konsumen
2019	812 Kunjungan
2020	692 Kunjungan
2021	567 Kunjungan

Sumber: Stadion Café, 2021

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa kunjungan konsumen pada Stadion Cafe mengalami penurunan tiap tahunnya. Pada tahun 2019 jumlah pengunjung di Stadion Café mencapai 812 orang, pada tahun 2020 jumlah

¹¹ Hasil wawancara dengan bapak Marzari pemilik stadion café pada Kamis, 11 November 2021 Pukul 16:10.



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

pengunjung menurun menjadi 692 orang, kemudian pada tahun 2021 kembali lagi menurun drastis menjadi 567 orang. Selain itu factor lain yang mempengaruhi penurunan pengunjung pada Stadion Cafe ini adalah banyaknya Cafe disekitar lokasi yang baru dibuka dan lebih banyak menawarkan menu dan berbagai inovasi lainnya termasuk harga yang lebih murah dibandingkan dengan Stadion Cafe, kemudian karena cafe lainnya yang memiliki lebih banyak objek yang instagramable yang dijadikan pengunjung sebagai tempat untuk berfoto.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk di Stadion Cafe dan kemudian menuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul: **PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI STADION CAFÉ KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH.**

B. Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah penelitian ini terfokus memberikan kepada pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di Stadion Cafe kelurahan Langgini Bangkinang ditinjau menurut ekonomi syariah.

C. Rumusan Masalah

Agar penulis lebih terarah dan efisien untuk mencapai tujuan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:



1. Apakah Harga Dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Di Stadion Cafe Kelurahan Langgini Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah?

2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Di Stadion Cafe Kelurahan Langgini Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah?

D. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menjelaskan Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Stadion Cafe Kecamatan Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.
- b. Untuk menjelaskan tinjauan ekonomi syariah tentang Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Stadion Café Kecamatan Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

2. Manfaat Penelitian

Syarat bagi penulis dalam menyelesaikan studi, guna mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam UIN SUSKA RIAU.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran, yang nantinya dapat bermanfaat bagi orang lain.

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.

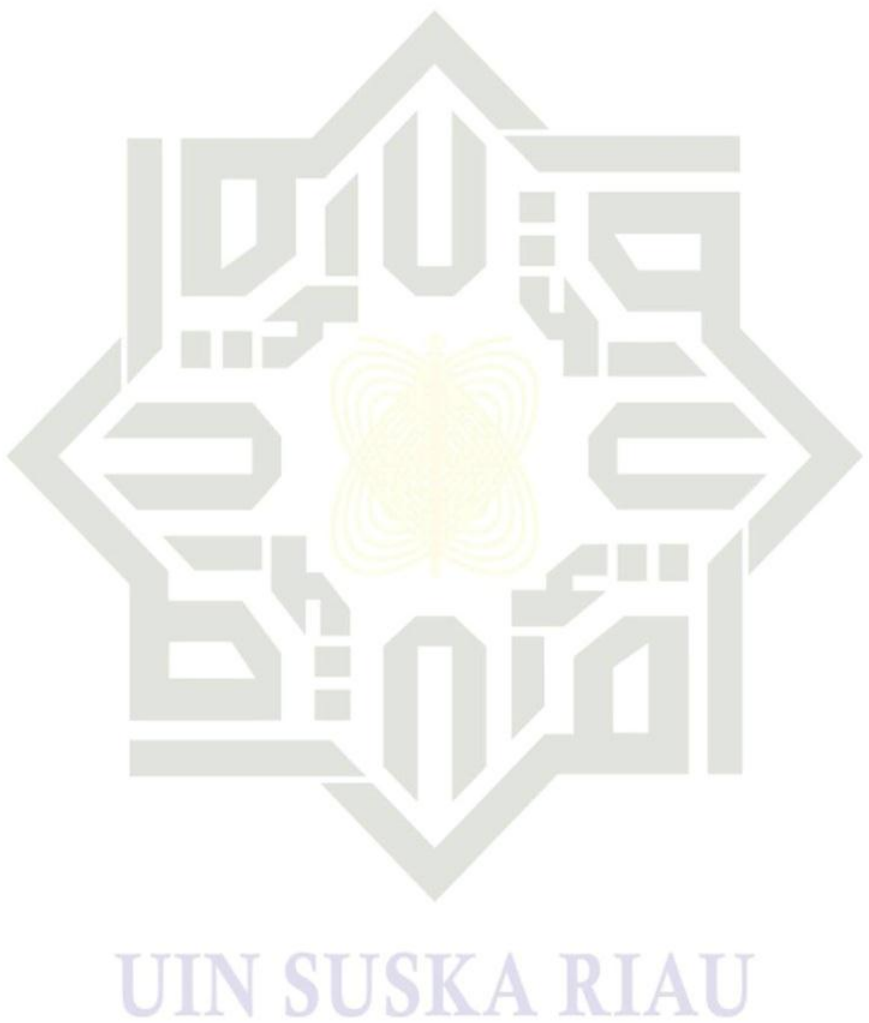
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- c. Sebagai sumbangan pemikiran dan khazanah ilmu pengetahuan, dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur Skripsi tentang Ekonomi Syariah di Perpustakaan UIN SUSKA RIAU.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Jual Beli

Pengertian Jual Beli

Jual beli menurut bahasa yaitu menukar (pertukaran).¹² Kata “jual beli” adalah frase (gabungan dua kata) yang terdapat dalam dua kata dimana masing-masing kata itu memiliki makna yang berlawanan. Kata “jual” yaitu menukar barang dengan alat tukar yang umumnya berupa uang, sedangkan kata “beli” artinya menukar uang sebagai alat tukar dengan barang.

Secara *terminology* atau istilah yang dimaksud dengan jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan cara melepaskan hak milik dari satu ke yang lain atas dasar saling merelakan.¹³ Menurut istilah syara jual beli adalah tukar menukar harta atas dasar suka sama suka. Atau dapat juga disebut dengan memindahkan milik dengan ganti yang dipindahkan (syara).

Dasar Hukum Jual Beli

Salah satu bentuk dalam ekonomi Islam yang diatur pelaksanaannya di dalam Islam adalah masalah jual beli. Ekonomi Islam membenarkan tentang adanya jual-beli yang berdasarkan Al-Qu’an dan Hadits.

¹² Safii Jafri, Fiqh Muamalah, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 45

¹³ Hani Suhendi, Fiqh Muamalah, (Depok: Rajawali Press, 2019), h. 67



a. Alqur'an

Sebagaimana dalam firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
 فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Orang-orang yang telah kepadanya larangan dari tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal didalamnya. (QS. Al-Baqarah : 275).¹⁴

Ayat tersebut dapat dijelaskan bahwa Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Di dalam ayat ini dapat juga dipahami bahwa dalam melakukan jual-beli yaitu merupakan tindakan atau transaksi yang telah ditetapkan oleh Islam. Bahwa jual-beli merupakan transaksi atau tindakan yang telah disyariatkan, dalam artian telah ada hukum yang jelas dalam Islam yang berkenaan dengan hukum taklifi. Hukumnya adalah boleh kebolehan jual-beli yaitu untuk menjauhi manusia dari kesulitan dan kesusahan dalam bermuamalah dengan hartanya. Riba adalah mengambil kelebihan di atas modal yang dibutuhkan dengan mengeksploitasi kebutuhannya. Orang-orang yang memakan riba, baik dalam bentuk mengambil ataupun memberi tidak dapat berdiri

¹⁴ Kemenag RI, Alqur'an dan Terjemahnya, Al-Hikmah



melainkan seperti berdirinya orang-orang yang dibingungkan oleh setan sehingga tidak tau arah disebabkan sentuhannya (Setan).

5. As-sunnah

Salah seorang sahabat pernah bertanya kepada Nabi Muhammad SAW mengenai mata pencaharian apakah yang paling baik. Nabi Muhammad SAW pun menjawab :

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya : “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur.”¹⁵

6. Ijma

Ulama telah sepakat bahwa jual beli dibolehkan hanya dengan alasan bahwa manusia tidak mampu mencukupi kebutuhan dirinya tanpa bantuan orang lain. Namun demikian bantuan milik orang lain yang dibutuhkan itu harus diganti dengan barang lain yang sesuai.¹⁶

7. Rukun Dan Syarat Sah Jual Beli

Rukun jual beli menurut Hanafiah adalah ijab dan kabul yang menjelaskan sikap tukar menukar atau saling memberi. Atau dengan kaitan yang lain. Jual beli belum bisa dikatakan sah sebelum dilakukan ijab dan kabul sebab ijab dan kabul menunjukkan kerelaan atau (keridhaan). Tetapi menjadi kebiasaan jual beli

¹⁵ HR. Ahmad (Imam Hambali dalam kitabnya yang berjudul Musna Ahmad) (Muhammad bin Isma' Al Yamani, Subul As-Salam, Jus 3, terjemahan Tim Darussalam Sunnah (Mesir, Maktabah Musthafa Al-Babiy Al-Halabiy, cet. IV, 1960), h. 4

¹⁶ Rochmat Syafei, Fiqh Muamalah, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), h. 75



misalnya, sesuatu dalam jual beli yang menjadi kebutuhan sehari-hari tidak memerlukan ijab dan Kabul, ini menurut pendapat jumhur.

Ulama Syafi'iyah mengatakan jual beli barang-barang yang kecil pun harus ijab dan Kabul, tetapi menurut ulama Imam Nawawi dan Ulama Muta'akhirin Syafi'iyah berpendapat bahwa boleh jual beli barang-barang yang kecil asalkan barang tidak Ijab dan Kabul seperti membeli sebungkus kue. Menurut jumhur Ulama rukun jual beli itu ada 4 yaitu :

- Aqidain (penjual dan pembeli).

Aqidain yaitu penjual dan pembeli yang melakukan akad, penjual dan pembeli harus ada orang yang memiliki ahliyah (kecakapan), Berakal, maka anak kecil yang belum berakal tidak boleh melakukan transaksi jual beli, sebab jumhur ulama sepakat bahwa dalam melakukan transaksi harus telah akil baliqh dan beraqal.

- Ada barang yang dibeli.

Barang itu ada, atau tidak ada ditempat, tetapi pihak penjual menyebutkan sanggup untuk mengadakan barang itu, barang tersebut dapat digunakan dan bermanfaat bagi manusia dan memiliki hak penuh terhadap barang tersebut.

- Shighat (lafaz ijab qabul).

Ulama Fiqih sepakat bahwa segala urusan utama dalam melakukan jual beli yaitu adanya kerelaan antara penjual dan pembeli, kerelaan ini bisa dilihat pada saat berlangsungnya transaksi, oleh karena itu harus diungkapkan dengan jelas ijab dan qabul sehingga tidak terjadi penipuan

dan dengan ijab qabul dapat mengikat kedua belah pihak, apabila ijab qabul dalam transaksi telah diucapkan, maka kepemilikan barang dan uang telah berpindah tangan.

Ada nilai tukar pengganti barang.

Pada saat waktu transaksi dapat diserahkan, walaupun secara hukum semisal pembayaran dengan cek atau kartu kredit, apabila barang dibayar kemudian (berhutang) maka waktu pembayarannya harus jelas waktunya.¹⁷

Ada 4 syarat yang harus di penuhi dalam akad jual beli yaitu:

1) Syarat in'iqad (terjadinya akad)

Syarat in'iqad yaitu syarat yang harus terpenuhi agar suatu akad jual beli dapat di pandang sah menurut syara. Apabila syarat ini terpenuhi maka akad jual beli menjadi batal. Kebanyakan ulama tidak ada kesepakatan mengenai syarat in'iqad ini.

2) Syarat sah jual beli.

3) Syarat sah ini terbagi dua bagian yaitu syarat umum dan syarat khusus.

Syarat umum adalah syarat yang harus ada pada setiap jenis jual beli supaya jual beli tersebut di anggap sah menurut syara'.

Adapun syarat-syarat khusus yang berlaku untuk beberapa jenis jual beli adalah sebagai berikut:

a) Barang harus diterima.

¹⁷ Imam Mustofa, Fiqih Muamalah Kontemporer, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2016), h.

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

b. Mengetahui harga pertama apabila jual belinya berbentuk murabahah, tauliyah, wadhiah, atau isyrak.

c. Sering menerima penukaran sebelum berpisah, apabila jual belinya jual beli uang.

d. Terpenuhnya syarat-syarat salam, apabila jual belinya jual beli salam (pesanan).

4. Syarat kelangsungan jual beli (Syarat Nafadz)

Untuk kelangsungan jual beli diperlukan dua syarat sebagai berikut:

a. Kepemilikan atau kekuasaan

Yaitu menguasai sesuatu mentasarruf kanya sendiri, karena tidak ada yang menghalangi yang di tetapkan oleh syara'.

b) Dalam benda yang dijual (mabi') tidak terdapat hak milik orang lain.

Apabila didalam barang yang dijadikan objek jual beli itu terdapat hak orang lain, maka akadnya mauquf dan tidak bisa dilangsungkan.

5. Syarat mengikatnya jual beli (syarat Luzum)

Untuk mengikatnya (luzum-nya) jual beli diisyaratkan akad jual beli terbebas dari salah satu jenis khiyar yang membolehkan kepada pihak untuk membatalkan akad jual beli

B. Harga

1. Pengertian Harga

Konsep harga tentu memiliki banyak penafsiran. Menurut Kotler pada dasarnya harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran atau *marketing*



mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lainnya mendapatkan biaya.¹⁸ Seperti yang dikatakan Kotler, harga merupakan bagian dari bauran pemasaran, yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yang disebut empat P (harga, produk, lokasi dan promosi). Harga suatu badan usaha/usaha menghasilkan pendapatan (*income*), sedangkan unsur bauran pemasaran lainnya yaitu produk (*product*), lokasi (*location/channel*), dan promosi (*promotion*), menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh badan usaha/suatu usaha.

Menurut Sayyid Sabiq, harga adalah sesuatu yang disetujui secara bersama-sama antara kedua belah pihak baik itu harga nya besar, kecil, ataupun sama.¹⁹ Djiptono mengatakan, harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran. Karena berbagai alasan, harga akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa harga adalah salah satu elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan elemen lainnya menghasilkan biaya.²⁰

Harga adalah apa yang harus diberikan konsumen (pembeli) untuk mendapatkan produk. Harga seringkali merupakan elemen yang paling fleksibel dari keempat faktor bauran pemasaran. Selain itu, Walker menerapkan kebijakan

¹⁸ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), Edisi 13, Jilid 2, h. 67.

¹⁹ Abu Malik Kamal Bin Assayid Salim. *Shahih Fiqh Assunnah wa adhilatuhu wa tauhid madzhib Al-Imnah* Terj, sahih Fiqih sunnah Khairul Amru Harahap, (Jakarta : Pustaka Azzam, 2007), Cet. Ke-1 h.471

²⁰ Siti Fatimah, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada depot pak Qomar Surabaya)", *Jurnal pendidikan tata niaga*, Vol.4 No. 3 (2016), 4



harga rendah dibandingkan dengan pesaingnya ketika perusahaan mereka memiliki keunggulan bersaing berbiaya rendah (*low-cost*).

Penetapan harga dan persaingan harga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi para eksekutif pemasaran. Namun, banyak perusahaan gagal mengelola harga dengan benar.²¹ Berdasarkan pengertian para ahli tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa harga mengacu pada jumlah yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan. Harga yang dikeluarkan didasarkan pada nilai yang terkandung dalam barang tersebut. Nilai yang terkandung dalam suatu barang dapat berupa daya tahan barang tersebut, motivasi dari komoditas tersebut, atau bahkan bahan dasar dari barang yang dihasilkan.

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, jadi hanya kondisi tertentu saja penetapan harga dapat dilakukan pemerintah. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengusahakan harga adil, normal, atau sesuai dengan harga pasar. Dalam konsep Islami, baik bersifat jasa atau barang, ada norma, etika agama, dan juga perikemanusiaan yang wajib menjadi landasan pokok bagi pasar islam yang bersih.²²

Harga memiliki beberapa indikator, adapun indikator-indikator harga tersebut

yaitu:

- a. Konsumen memperhatikan keterjangkauan harga yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual berdasarkan kemampuan konsumen untuk membeli.

²¹ Muhammad Taufiq Ranchman Ali, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.6 No. 9 (September 2017), hlm.3.

²² Yusuf Qardhawi, *Norma dan etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin, (Jakarta : Bema Insani, 1999), h.189

- b. Konsumen memperhatikan daya saing harga, yaitu penawaran harga dari produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain untuk jenis produk yang sama.
- c. Konsumen memperhatikan kesesuaian antara harga dan kualitas produk, yaitu aspek dimana produsen/penjual menetapkan harga berdasarkan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- d. Konsumen memperhatikan kesesuaian antara harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual sesuai dengan keuntungan yang diperoleh konsumen dari produk yang dibelinya.²³

Penetapan Harga

Kebijakan penetapan harga menjadi penting karena harga sering digunakan oleh pembeli dan penjual sebagai dasar untuk melakukan tindakan. Hal ini mudah dipahami karena transaksi terjadi ketika kesepakatan harga dibuat antara penjual dan pembeli. Penetapan harga tersebut ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Penetapan harga jual didasarkan pada biaya produksi, pengendalian, dan pemasaran.
- b. Penetapan harga jual didasarkan pada persaingan. Dalam hal ini, satuan harga biasanya sama, tetapi jika permintaan lemah, maka harga lebih rendah. Di sisi lain, jika permintaan kuat, harga akan tinggi.

²³ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran* Edisi-7 Jilid ke 1, (Jakarta : Erlangga, 2000), hlm.

- c. Penetapan harga jual berdasarkan permintaan merupakan diskriminasi harga (diferensiasi) dari barang yang sama tetapi dijual dengan harga yang berbeda.²⁴

Pada dasarnya ada empat tujuan utama dari penetapan harga yang ingin dicapai oleh badan usaha, antara lain:

- a. Mencapai keuntungan yang maksimal. Perusahaan mengharapkan keuntungan yang maksimal, melalui itu, Harapan jangka pendek atau jangka panjang lainnya yang dapat dicapai terpenuhi melalui hasil keuntungan yang maksimal.
- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atas penjualan bersih. Perusahaan mengharapkan untuk memperoleh pengembalian dari semua nilai investasi yang dilakukan dalam kegiatan yang telah dihasilkannya dengan menetapkan harga setiap produk atau jasa yang dihasilkannya.
- c. Mencegah atau mengurangi persaingan. Perusahaan perlu menetapkan harga yang rendah untuk setiap produk yang diproduksinya agar pesaingnya tidak tertarik pada industri yang sama.
- d. Memperbaiki atau mempertahankan market share. Pemilihan dan penetapan target harga ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat penjualan produk yang dihasilkan.²⁵

²⁴ Syadi Prawirosentono. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), cet. ke-2. hlm. 157.

²⁵ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002) cet. ke-2. hlm. 271-272.



3. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip, sebisa-bisa atau seluruhnya tanpa izin tanpa menuliskan 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.

Di dalam agama Islam, penetapan harga dilarang sebagaimana yang dikatakan oleh Rasulullah. Hal ini disesuaikan dengan pendapat Nurul Huda dalam bukunya: Distorsi harga ketika menetapkan blokade ekonomi oleh kaum Qais terhadap umat Islam. Kenaikan harga di Madinah, Rasulullah menyatakan Allah adalah Dzat yang menentukan dan mengatur harga, penentu rezeki, pencurah, serta penahan, aku berharap tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menghukum ku karena kedzolimandalam hal darah dan harta. Dalam kitab *Al-Kharaj*, abu Yusuf adalah ulama pertama yang membahas tentang mekanisme pasar, contohnya melihat secara detail tentang peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Ibnu taimiyah menyebutkan adanya perubahan dalam penawaran sebagai permintaan atau peningkatan yang dipastikan oleh selera,²⁶

Penetapan harga juga disebutkan dalam Hadis, bahwa hukumnya adalah haram. Sebagaimana yang telah dikatakan oleh Anas bin Malik R.A yang artinya :

Dari Anas Bin Malik, ia berkata: orang-orang berkata, "Wahai Rasulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami." Lalu Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan sesungguhnya aku benar-benar berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntuku karena kezhaliman dalam darah atau harta. (HR. Abu Dawud).

Kesimpulannya adalah bahwa *ta'sir* atau penetapan harga hukumnya adalah haram. *As-Syaukani* menyebutkan, Hadis tersebut dijadikan dalil untuk

²⁶ Huda, Nurul. *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, Cet ke-2, Ed 1. (Jakarta : Kencana, 2009), h. 230-231.



pengharaman dalam penetapan harga yang alasannya adalah manusia menguasai atas mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka.²⁷

Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Islam memiliki pandangannya sendiri tentang keputusan penetapan harga. Dalam berbisnis, Al-Qur'an memberikan rambu-rambu yang harus bisa menguntungkan kedua belah pihak. Hal tersebut sebagaimana Firman Allah Swt dalam ayat berikut:

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

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu (QS. An-Nisa':29).*²⁸

Jumhur ulama berpendapat bahwa pada prinsipnya tidak boleh menetapkan harga karena itu tindakan kezaliman. Dan mereka mendasarkan argumen mereka pada Hadits Anas bin Malik: “Pada zaman Rasulullah SAW, harga barang meningkat, dan orang-orang juga berkata: Ya Rasulullah, jika Anda ingin menentukan harga/stabilitasnya.” Beliau menjawab: Dari Anas RA, sahabat berkata: “Ya Rasulullah harga-harga barang. Maka Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha

²⁷ Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, Cet ke-4, (Jakarta : Rajawali Pers, 2017), h. 198-199.

²⁸ Kemenag RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Al-Hikmah, h. 83.



Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorangpun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta.

Menurut Hadits ini, penguasa (imam) tidak berhak menentukan harga masyarakat saat ini, tetapi masyarakat dapat dengan bebas menjual hartanya sesuai mekanisme yang berlaku. Penetapan harga sama saja dengan melarang mereka untuk membelanjakan harta mereka. Sedangkan pada kalangan mazhab Maliki dan mazhab Hanafi membolehkan penguasa untuk menetapkan harga untuk menolak bahaya hal yang menyebabkan kerugian bagi masyarakat jika harga yang ditetapkan pemilik barang dagangan telah terlalu melampau harga umum. Jika demikian halnya, maka sah-sah saja menerapkan penetapan harga melalui musyawarah dengan para pakar untuk menjaga kemaslahatan umum.

Harga dalam Fiqih Islam dikenal dengan dua istilah berbeda tentang harga suatu barang, yaitu *As-Saman* dan *As-Si'r*. *As-Saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *As-Si'r*. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua jenis harga, yaitu harga tidak tersedia dan harga terlarang dan harga tersedia dan disukai. Ibnu Taimiyah percaya bahwa harga yang setara adalah harga yang adil. Ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan bebas, yaitu hubungan antara penawaran dan permintaan.²⁹

Konsep harga menurut Ibnu Taymiyah pada dasarnya telah menggunakan harga yang adil sejak awal Islam, dan Al-Qur'an sendiri sangat mementingkan

²⁹ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2003), hlm.130.



keadilan dalam semua aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu, tidak diperkenankan jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar, terutama dalam harga, yang menyebabkan Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan dengan harga tinggi yang melebihi kepercayaan konsumen. Dijelaskan dalam firman Allah yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (Q.S Al-baqarah :278)*

Inilah teori ekonomi Islam mengenai harga. Para Fuqaha berpikir bahwa harga yang adil adalah harga yang dibayarkan untuk barang serupa, jadi mereka menganggap harga setara. Ibnu Taimiyah adalah orang pertama yang memperhatikan masalah harga yang adil. ia sering menggunakan dua istilah ini, yaitu kompensasi yang setara dari harga yang setara.

2. Lokasi

Pengertian Lokasi

Menurut Tjiptono Lokasi adalah aktivitas kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah pengiriman atau pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong *place include company activities that make the product available to target consumers.* Kemudian menurut Lupiyadi dan Hamdani lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan atau instansi pendidikan yang berhubungan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan.³⁰

³⁰ Tjiptono, *Strategis Pemasaran*, Edisi-2 (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 69.



Mengenai pendapat para ahli tersebut, penulis memahami bahwa lokasi tersebut merupakan keputusan perusahaan untuk menetapkan tempat usaha, melaksanakan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan menyalurkan barang dan jasa yang merupakan bagian dari kegiatan usahanya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan pasar sasaran dalam memutuskan untuk membeli atau tidak membeli. Berdasarkan beberapa definisi di atas, Dalam kombinasi pemasaran yang mencakup empat komponen pemasaran, salah satunya adalah elemen tempat, atau dalam beberapa buku disebut salah satu aspek lokasi.

Lokasi mempengaruhi dimensi strategis seperti *flexibility*, *competitive positioning* dan *focus*. Fleksibilitas lokasi merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk merespon perubahan situasi ekonomi. Keputusan memilih lokasi terkait dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek yang sifatnya kapital intensif, sehingga perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan dan memilih lokasi yang merespon situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa mendatang.³¹

2. Lokasi Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Sebagai tempat perlindungan bagi manusia, rumah merupakan berkah yang besar dari Allah yang seharusnya direnungkan dan disyukuri keberadaannya, sama halnya dengan tempat usaha. Rasulullah SAW bersabda:

³¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi ke-2, (Yogyakarta: ANDI, 2001), hlm. 45



أَرْبَعٌ مِنَ السَّعَادَةِ الْمَرْأَةُ الصَّالِحَةُ وَالْمَسْكَنُ الْوَاسِعُ وَالْجَارُ الصَّالِحُ وَالْمَرْكَبُ الْهَيِّئُ
 وَأَرْبَعٌ مِنَ الشَّقَاوَةِ الْجَارُ السُّوْءُ وَالْمَرْأَةُ السُّوْءُ وَالْمَسْكَنُ الضَّيِّقُ وَالْمَرْكَبُ السُّوْءُ

Artinya: “Ada empat diantara kebahagiaan: istri yang shalihah (baik), tempat tinggal yang luas, tetangga yang shalih (baik), dan kendaraan yang nyaman. Ada empat kesengsaraan: tetangga yang buruk, istri yang buruk (tidak shalihah), rumah yang sempit, dan kendaraan yang buruk” (HR. Ibnu Hibban)³²

Manusia selalu berusaha melengkapi peralatan yang sifatnya mewah, maka ini adalah cerminan kecintaannya pada kehidupan dunia, yang mengabaikan tujuannya, karena kemewahan akan membuatnya lupa akan tujuannya, timbullah rasa saling merendahkan antar sesama manusia dengan sifat ujub, angkuh, dan sombong pun mengikutinya. Lingkungan yang dekat dengan kemaksiatan atau tetangga yang buruk punya pengaruh yang luar biasa pada sebuah lokasi usaha.

Disebutkan bahwa :

انْطَلِقْ إِلَى أَرْضٍ كَذَا وَكَذَا , فَإِنَّ بِهَا أَنْاسًا يَعْبُدُونَ اللَّهَ , فَأَعْبُدِ اللَّهَ مَعَهُمْ وَلَا تَرْجِعْ إِلَى أَرْضِكَ
 فَإِنَّهَا أَرْضٌ سُوءٌ

Artinya: “Pergilah engkau ke sebuah negeri seperti ini dan seperti ini (yang disifatkan padanya negeri tersebut), karena sesungguhnya didalam kaum yang beribadah kepada Allah Ta’ala, beribadahlah bersama mereka dan jangan kembali ke negerimu, karena negerimu adalah negeri yang jelek (banyak kemaksiatannya)”. (HR. Muttafaqun).³³

Islam sangat menekankan pentingnya memilih tempat usaha di lingkungan yang baik, karena lingkungan yang baik adalah tempat tinggal orang-orang saleh

³²HR. Ibnu Hibban dalam Shohih-nya (no. 4032), Al-Baihaqiy dalam Syu’abul Iman(9556), Adh-Dhiyaa” Al-Maqdisiy dalam Al-Mukhtaroh (no. 1048). Hadits ini dinilai shohih oleh Syu’abul Iman Al-Arna’uth dalam Takhrij Al-Musnad (no. 1445).

³³HR. Muttafaqun Alaih dari Abu Sa’id Al-Khudri Radiallahu’anhu, No.2766.)

dan tentu saja dengan tinggal berdekatan dengan mereka akan memudahkan diri kita sebagai anggota usaha selalu bergaul dengan mereka dan meneladani sifat-sifat baik mereka.

D. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam memasarkan suatu produk, perusahaan seharusnya sudah memahami perilaku konsumen. Hal tersebut dikarenakan karena upaya pemasaran selalu ditujukan dengan pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Loundon dan Bitta dalam Shinta perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dari aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, mempergunakan atau dapat menggunakan barang-barang dan jasa.³⁴

2. Perilaku Konsumen Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Analisis konvensional terhadap perilaku konsumen harus dimodifikasi dalam kaitannya sebagai seorang konsumen muslim. Menurut Metwally, ada lima alasan atas modifikasi ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Fungsi objektif konsumen muslim berbeda dengan yang lain. Konsumen muslim tidak mencapai kepuasan hanya dari mengkonsumsi *output* dan hanya memegang barang modalnya saja. Factor komoditas dari konsumen

³⁴ Marina Intan Pertiwi, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*, (Malang: Fakultas ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2011), hlm. 182.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.

muslim adalah berbeda dari konsumen non-muslim walaupun semua elemen dari barang dan jasa tersedia.

Seorang muslim dilarang untuk menerima atau membayar bunga dari pinjaman dalam bentuk apapun.

Anggaran yang dapat digunakan bagi seorang konsumen muslim untuk optimasi konsumsi adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat.

Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang dan jasa.

Keputusan Pembelian

Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan adalah suatu tindakan dari dua pilihan alternative atau lebih. Seorang konsumen yang memilih harus punya pilihan alternative. Keputusan pembelian adalah Suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

Peter Jerry C. Olson mengatakan keputusan pembelian adalah suatu keputusan (*decision*) mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan atau perilaku alternatif.³⁵ Ketika seorang konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, mereka harus membuat keputusan dan melakukan pembelian yang

³⁵ Gani Wiharso, "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bogor", Jurnal Ekonomi, Vol.3 No. 2 (Agustus 2020), hlm.104.



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.

sebenarnya. Keputusan tambahan diperlukan mengenai: kapan harus membeli, di mana membeli, dan berapa banyak uang yang harus dikeluarkan.³⁶

Dalam tahap evaluasi, para konsumen harus membentuk sebuah preferensi dan menilai atas produk yang ada dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli sebuah produk yang mereka sukai. Dalam pembelian produk sehari-hari, keputusan lebih kecil dan kebebasannya juga lebih kecil.

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut:

a. Mengenali kebutuhan

Proses pembelian diawali dengan saat pembeli menyadari adanya masalah/kebutuhan. Pembeli menyadari perbedaan antara situasi sesungguhnya dan situasi yang diharapkan. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal atau eksternal seseorang.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang mulai timbul minatnya akan tertuju untuk mencari informasi lebih lanjut. Proses pencarian informasi secara aktif dengan mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mempelajari kegiatan yang lain.

c. Evaluasi Alternatif

Sebagian besar model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk

³⁶ Morissan, "Periklanan komunikasi pemasaran terpadu", (Jakarta : Prenadamedia, 2010), hlm. 111

penilaian terhadap suatu produk berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

d. Keputusan Membeli

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap produk tersebut yang terdapat pada produk perangkat yang dipilih. Konsumen juga dapat menetapkan tujuan pembelian untuk produk favorit mereka. Namun, ada dua faktor yang mempengaruhi niat beli dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, dan faktor kedua adalah situasi yang tidak terduga.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah konsumen membeli produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk sehingga menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat produk dibeli, tetapi akan terus berlanjut hingga periode sesudah pembelian.³⁷

Indikator Keputusan Pembelian

Indikator yang digunakan untuk keputusan pembelian menurut Danang Sunyoto adalah sebagai berikut:

a. Keputusan tentang jenis produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Dalam hal ini, perusahaan perlu memperhatikan mereka yang tertarik untuk membeli produk dan alternatif lain yang mereka pertimbangkan.

³⁷ Nuroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen, (Ed. I. CET I; Kencana, 2003), hlm . 16.

b. Keputusan tentang bentuk produk

Keputusan ini terkait dengan ukuran, kualitas, corak, dan lainnya. Dalam hal ini, perusahaan perlu melakukan riset pemasaran untuk menemukan kesukaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tariknya. Misalnya, jika seorang konsumen ingin membeli, daya tarik pertama adalah klasifikasi warna dan bentuknya.

c. Keputusan tentang merek

Konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaannya masing-masing.

d. Keputusan tentang penjualnya

Konsumen perlu memutuskan di mana akan membeli produk mereka. Konsumen cenderung membeli dari grosir dan pengecer sesuai dengan keinginan.

e. Keputusan tentang jumlah barang

Konsumen dapat memutuskan berapa banyak produk yang akan dibeli pada suatu saat nanti. Dalam hal ini, konsumen akan memutuskan berapa banyak kebutuhan yang akan ia beli.

f. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen dapat memutuskan kapan akan membeli. masalah ini akan menyangkut adanya uang. Oleh karena itu, ada beberapa faktor yang menjadi faktor keputusan konsumen untuk memutuskan kapan akan membeli



g. Keputusan tentang cara pembayaran

Konsumen perlu memutuskan bagaimana cara membayar produk yang mereka beli. Misalnya, jika seorang konsumen ingin membayar apa yang telah mereka beli, mereka dapat membuat metode pembayaran dalam bentuk tunai atau kredit.³⁸

Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Keputusan pembelian menurut Nugroho merupakan proses pengintegrasian yang menggabungkan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku dan memilih salah satu diantaranya.³⁹ Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang ada pada surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
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 dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.* (QS.An-Nisa:29)⁴⁰

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan hanya untuk memuaskan kepuasan barang (utilitas), tetapi yang lebih penting adalah untuk mencapai

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.

³⁸ Danang sunyoto, “Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen”, (Cet.I; Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 283-284.

³⁹ Jabab bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta : Khalifah, 2006), Cet. 1, hlm. 78.

⁴⁰ Muhammad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1, hlm. 229.



- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Melarang menyalin atau 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.

kepuasan sejati yang utuh dan menyeluruh, yaitu kepuasan dunia akhirat. Keputusan tidak selalu dihubungkan dengan kebendaan, tetapi dengan ruhiyah, spiritual dan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang berlawanan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Oleh karena itu konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat mengarahkan perilakunya menurut norma-norma Islam, yang juga dapat disebut sebagai masalah, agar dapat mencapai kepuasan maksimal. Jadi tujuan konsumen muslim bukanlah memaksimalkan *utility*, tetapi memaksimalkan masalah.

Menurut Imam Shatibi, sebagaimana yang telah dikutip oleh Hendra Riofita dalam bukunya Sistem Ekonomi Islam adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa untuk mendukung elemen dasar dan tujuan dari kehidupan manusia di dunia ini. Ada lima dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), *property* atau harta benda (*al-nasl*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen dasar di atas pada setiap individu, itulah yang disebut mashlahah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif, yang akan diperoleh melalui kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen Stadion Cafe di Kelurahan Langgini Bangkinang Kabupaten Kampar.

Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang dapat disebut sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat, positivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.⁴¹

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang ditujukan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Peneliti juga menjelaskan dalam penelitian kepustakaan (*library reseach*) penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data sekunder dengan cara melakukan penelaan terhadap beberapa buku yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

⁴¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cetakan-15, (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm. 11.



B. Lokasi Penelitian

Penulis mengambil lokasi penelitian Stadion Cafe di kelurahan langgini bangkinang kabupaten Kampar.

C. Subjek Dan Objek Penelitian

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Stadion Café Bangkinang. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang ditinjau menurut ekonomi syariah.

D. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁴² populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Stadion Café Bangkinang pada tahun 2021 yang diperkirakan berjumlah 567 konsumen.

b. Sampel

Sampel merupakan dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan,

⁴² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), h. 8



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.

yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 85 responden di Stadion Café yang dijumpai pada waktu penelitian.. Teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah responden adalah dengan menggunakan rumus solvin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{567}{1 + 567 (0,01)}$$

$$n = \frac{567}{1 + 5,67}$$

$$n = \frac{567}{6,67}$$

$$n = 85$$

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : error tolerace

E. Sumber Data Penelitian

a. Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli dalam tujuan tertentu. Data tersebut dapat berasal dari lapangan atau bahkan diperoleh

langsung dari orang yang diteliti.⁴³ Data primer khusus dikumpulkan untuk menjawab pernyataan peneliti, data primer diperoleh langsung dari konsumen stadion café.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung dan objek penelitian yang diperoleh dari buku-buku atau literature yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

F. Teknik Analisis Dan Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data secara deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan mendeskripsikan, menggambarkan atau melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti. Sedangkan metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang didalamnya menggunakan banyak angka, mulai dari proses pengumpulan data hingga penafsirannya.

Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut :⁴⁴

a. Kuisisioner

Penulis merumuskan sejumlah pertanyaan yang dibuat berupa kuisisioner dengan tujuan agar dijawab oleh responden yaitu konsumen

⁴³ Moh. Pabundu Tika, *Metedologi Riset Bisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 57.

⁴⁴ Sinarismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pndekatan Praktek* (Jakarta Rineka, 2006),



Hak Cipta Ditanggungjawabkan oleh UIN Suska Riau. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari UIN Suska Riau. Hak Cipta Ditanggungjawabkan oleh UIN Suska Riau. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari UIN Suska Riau. Hak Cipta Ditanggungjawabkan oleh UIN Suska Riau. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari UIN Suska Riau.

b. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

c. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada informan mengenai topik permasalahan dalam penelitian.

d. Observasi

Pengumpulan data dengan mengamati secara langsung pada obyek penelitian, tujuannya untuk mengetahui kondisi sebenarnya yang terjadi dilapangan

e. Uji Hipotesis Penelitian

f) Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien r hitung \geq r tabel.⁴⁵ Adapun rumus yang dipakai yaitu:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

⁴⁵ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik Edisi Ke-2, Cet Ke-3*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 235.



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

$x =$ Deviasi rata-rata variabel $X = X - \bar{X}$

Deviasi rata-rata variabel $Y = Y - \bar{y}$

4) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi tidaknya jawaban seseorang item-item pertanyaan didalam kuesioner, adapun kriteria uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* (α) untuk masing-masing variable yang dimana suatu variable akan dilakukan realibel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 .

5) Uji Normalitas

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

6) Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaan.

$$VIF = \frac{1}{\text{Variance}}$$

7) Uji Heterokedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kemungkinan



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

adanya gejala heteroskedastisitas yang dapat dilakukan dengan menggunakan diagram scatterplot dimana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai yang diprediksi. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas suatu model regresi .

Uji Autokorelasi

Menurut Makridakis sebagaimana yang dikutip oleh Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan Uji Durbin Watson (*Durbin Watson test*) yang merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada tidaknya autokorelasi dari model empiris yang diestimasi 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 di simpulkan
- c) $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ = terjadi autokorelasi

Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu suatu alat regresi peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh dua variabel bebas atau lebih dengan salah satu variabel terikat.⁴⁶

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

⁴⁶ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Social, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010), hlm. 108.



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.

α : Konstanta

β_1 : Koefisien Regresi dari Variabel X1 (harga)

β_2 : Koefisien Regresi dari Variabel X2 (lokasi)

X_1 : Harga

X_2 : Lokasi

ϵ : Error term

Uji T

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

Uji F

Uji f ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan lokasi (X_2), secara bersama sama atau simultan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Apabila hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara simultan. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dari model regresi berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai F_{hitung} dapat ditentukan dengan formula:

$$f_{hitung} = \frac{R^2}{\frac{(1 - R^2)}{n - k - 1}}$$



Keterangan:

Nilai koefisien korelasi berganda

: jumlah variabel bebas independen

: jumlah Sample

Untuk menghitung korelasi berganda dapat menggunakan formula sebagai berikut:

$$R_{X1.X2.Y} = \sqrt{\frac{r_{2X1.Y} + r_{2X2.Y}(r_{X1.Y})(r_{X2.Y})(r_{X1.X2})}{1 - r_{2X1.X2}}}$$

10. Koefisien Determinasi (R^2)

Yaitu suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan nilai variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi suatu variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.⁴⁷

H. Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Konsument di minta untuk menjawab pertanyaan yang telah disediakan oleh penulis sesuai dengan kategori tertentu dengan alternatif sebagai berikut:

⁴⁷ Perbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS*, (Yogyakarta : Andi, 2005), hlm. 144



Tabel 3.1
Pengukuran Variabel Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah serta mempelajari data-data yang ada maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang ditinjau menurut ekonomi syariah.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang ditinjau menurut ekonomi syariah.

J. Operasional Variabel

1. Variabel Independen

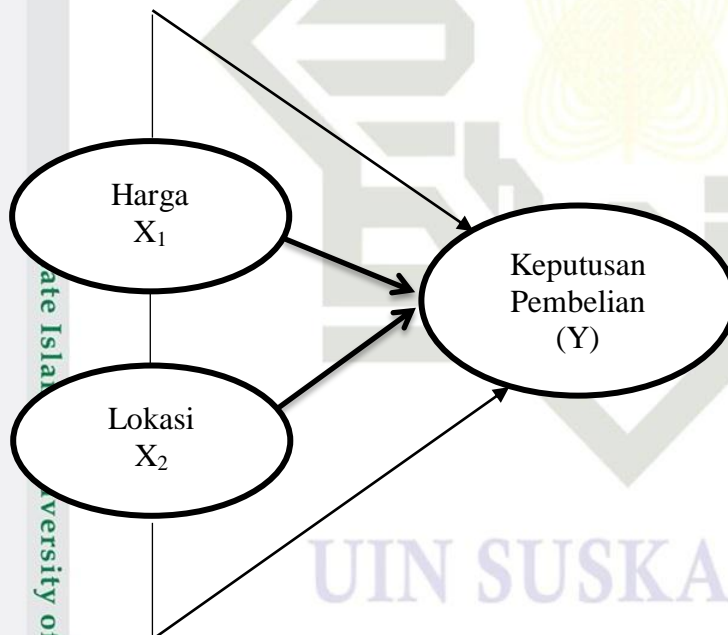
Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab timbulnya perubahan pada variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan lokasi yang diukur

menggunakan skala Likert dengan pengembangan pertanyaan mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang ditinjau menurut ekonomi syariah.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah keputusan konsumen.

Gambar 3.1
Operasional Variabel



Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator
Independen X	<i>Harga</i> adalah apa yang harus diberikan konsumen (pembeli) untuk mendapatkan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Daya saing harga • Kesesuaian harga dengan manfaat produk • Keterjangkauan harga
	<i>Lokasi</i> adalah letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba (Ghanimata, 2012:3)	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat parkir yang luas • Akses lokasi • Lalu lintas
Variabel	Defenisi	Indikator
Dependen Y	<i>Keputusan Pembelian</i> adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara produk-produk dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian ulang • Memberikan rekomendasi kepada orang lain • Kemantapan pada suatu produk • Tujuan dalam membeli produk

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan 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.



K. Penelitian Terdahulu

© Hak dan Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

NAMA	JUDUL
Ruti Awaliyah (2019)	Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus took ladys ponorogo)
Ummu tyas utami (2018)	Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada kedai nasi oplos pak aah
3 Dahlia (2019)	Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada ud. Pito jaya lamasi

- Hak Cipta Dimiliki dan 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

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara parsial, hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) Berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara parsial, hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_2) Berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara simultan, hasil uji-F menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu harga dan lokasi dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan $F_{hitung} (44.961) > F_{tabel} (3,110)$ memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan pembelian
4. Berdasarkan hasil uji koefisien determinansi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah 52,3%, hal ini memberi arti bahwa kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah kuat sedangkan sisanya sebesar 47,7% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.
5. Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion



- 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.

café kelurahan langgini bangkinang tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah yaitu stadion café dalam menjual makanan dan minuman ini dalam menjual produknya mengedepankan nilai kejujuran yaitu makanan dan minuman itu halal. Kemudian harga berlaku adil dan sama suka bahkan tidak membedakan status pembeli. Untuk lokasi nya strategis yang dimana banyaknya anak sekolah yang sekolahnya berdekatan dengan stadion café.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka perlu adanya peningkatan dalam strategi harga dengan melakukan penentuan harga diskon secara continue, agar pembeli atau pelanggan lebih tertarik untuk membeli.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka perlu adanya peningkatan dalam menentukan lokasi usaha sehingga akses ke lokasi lebih mudah dijangkau dan memperluas tempat parker sehingga memberi rasa keamanan dan nyaman bagi konsumen
3. Bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain harga dan lokasi, karena dari

penelitian ini diketahui 47,7% dmasih ada variabel – variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya
 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.

© Himpunan Ilmiah UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Alur'an dan Hadist

Ahmad (Imam Hambali dalam kitabnya yang berjudul Musna Ahmad Muhammad bin Isma'il Al Yamani, Subul As-Salam, Jus 3,1960, terjemahan Tim Darussalam Sunnah (Mesir, Maktabah Musthafa Al-Babiy Al-Halabiy,cet. IV).

Kemenag RI, Al-Quran dan Terjemahannya, Al-Hikmah.

Ibnu Hibban dalam Shohih-nya (no. 4032), Al-Baihaqiy dalam Syu'abul Iman(9556), Adh-Dhiyaa' Al-Maqdisiy dalam Al-Mukhtaroh (no. 1048). Hadits ini dinilai shohih oleh Syu'aib Al-Arna'uth dalam Takhrij Al-Musnad (no. 1445).

Buku

Adiwarman Karim, (2003), *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Penerbit III T Indonesia.

Angipora, Marius P, (2002), *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Arif Rahman, (2010), *Strategi dahsyat marketing Mix*, Jakarta: Trans Media.

Ashari, Purbayu Budi Santosa, (2005), *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS*, Yogyakarta : Andi.

Danang sunyoto, (2014), *"Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen"*, Cet.I; Yogyakarta: CAPS.

Gandy Tiptono, (2001), *Strategi Pemasaran*, edisi ke-2, Yogyakarta: ANDI.

Francis Tantri, Thamrin Abdullah, (2013), *"Manajemen Pemasaran"*, Jakarta: Rajawali Pers.

Hendi S Hendi, (2019), *Fiqh Muamalah*, Depok: Rajawali Press

Imam Mustofa, (2016), *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Iqbal Hasan, (2005), *Pokok-Pokok Materi Statistik*. Edisi Ke-2, Cet Ke-3, Jakarta: Bumi Aksara.

Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, (2006), *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, Jakarta : Khalifah.



- 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.

Emma Yulianti, Muhammad Fajar Fahrudin, (2015), "*Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya*", Journal of Business and Banking, Vol. 5, No. 1.

Gafoir Wiharso, (2020), "*Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bogor*", Jurnal Ekonomi, Vol.3 No. 2.

Kholiq Nur, (2017), "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Distro EAST PROJECT di Kediri*", Simki Economic, Vol. 01 No. 02.

Muhammad Taufiq Ranchman Ali, (2017), "*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah*", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.6 No. 9.

Prihartono, Rissa Mustika Sari, (2017), "*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*", Jurnal Ilmiah MEA, Vol. 05 No. 03.

Fitri Fatimah, (2016), "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada depot pak Qomar Surabaya)*", Jurnal pendidikan tata niaga, Vol.4 No. 3.

Sri Rahayu Tri Astuti, Faradiba, (2013) "*Analisis pengaruh kualitas produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Pada Warung Makan Bebek Gendut Semarang)*", Jurnal Manajemen, (Vol. 02 No. 03, 2013).



Lampiran

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr Wb

Pendahuluan

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) strata satu (S1) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, maka dengan ini peneliti :

Nama : Irwandi
 NIM : 11820514756
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Syariah dan Hukum

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian angket penelitian ini peneliti ucapkan terimakasih.

II. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Pekerjaan :

III. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban pada setiap pertanyaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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. Isilah kuesioner dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Kriteria jawaban :

Keterangan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
CS (Cukup Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Pernyataan berkaitan tentang harga

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Harga produk pada Stadion Cafe sesuai dengan kualitas					
2.	Harga pada Stadion Cafe dapat dijangkau oleh siapa saja					
3.	Harga produk yang ditawarkan bersaing					
4.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi yang disediakan					
5.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan rasa dan selera					
6.	Stadion Café memberikan potongan harga					

- 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.



Pernyataan berkaitan lokasi

	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Lokasi cafe sangat luas					
2.	Lokasi yang strategis dan mudah diakses					
3.	Desain tempat yang sangat nyaman					
4.	Mudah dijumpai dan terletak di pusat kota					
5.	Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang aman					
6.	Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang luas					
7.	Stadion Cafe merupakan Cafe yang telah memiliki izin usaha					

Pernyataan berkaitan dengan keputusan konsumen

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Stadion Cafe merupakan cafe yang menjual makanan dan minuman untuk pencinta kuliner					
2.	Saya berbelanja di Stadion Café karena sesuai dengan kebutuhan					
3.	Saya berminat berbelanja di Stadion Café karena berbeda dengan yang lain					
4.	Saya berminat berbelanja di Stadion Café setelah mendapat informasi dari keluarga					

- Hak Gipta Dilindungi Undang-Undang
1. Izin 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.



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

5.	Saya memutuskan untuk membeli produk di Stadion Café					
6.	Saya berminat berbelanja di Stadion Cafe setelah mendapat informasi dari teman					
7.	Saya merasa puas memilih berbelanja di Stadion Café					
8.	Pertama kali mengetahui produk membuat saya tertarik untuk membeli produk di Stadion Cafe					
9.	Saya tertarik mengetahui informasi produk					
10.	Saya merasa puas dengan pelayanan serta produk yang dimiliki Stadion Café					
11.	Saya bersedia membayar lebih jika kualitas makanan memuaskan					
12.	Saya tertarik memesan makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pelayan Stadion Café					
13.	Saya yakin Stadion Cafe menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas untuk dikonsumsi					
14.	Saya akan datang lagi kembali ke Stadion Café					

TABULASI DATA

- © Hak cipta milk UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencaitakan 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.

		Harga							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah	Average	
	5	4	5	5	5	4	28	4,67	
	4	5	4	4	4	5	26	4,33	
	4	3	4	4	4	3	22	3,67	
	3	4	3	3	3	4	20	3,33	
	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
	5	5	5	5	5	5	30	5,00	
	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
	3	3	3	3	3	3	18	3,00	
	5	5	4	5	4	4	27	4,50	
	4	4	5	4	5	5	27	4,50	
	3	3	3	3	4	4	20	3,33	
	3	3	5	3	5	4	23	3,83	
	4	4	4	4	5	5	26	4,33	
	4	5	5	4	4	2	24	4,00	
	3	4	4	3	3	3	20	3,33	
	5	4	4	5	5	5	28	4,67	
	3	3	4	3	4	4	21	3,50	
	4	5	4	4	5	5	27	4,50	
	5	4	5	5	4	4	27	4,50	
	3	3	3	3	3	3	18	3,00	
	4	3	4	4	3	3	21	3,50	
	2	4	4	4	4	4	22	3,67	
	5	5	5	5	5	5	30	5,00	
	4	4	4	4	5	4	25	4,17	
	3	4	3	3	4	4	21	3,50	
	3	3	5	3	5	4	23	3,83	
	4	5	5	4	4	4	26	4,33	
	3	4	4	3	3	3	20	3,33	
	5	4	4	5	5	5	28	4,67	
	3	4	4	3	3	4	21	3,50	
	4	5	4	4	4	5	26	4,33	
	5	4	5	5	5	4	28	4,67	
	3	4	3	3	3	4	20	3,33	
	4	3	4	4	4	3	22	3,67	
	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
	5	5	5	5	5	5	30	5,00	
	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
	3	3	3	3	3	3	18	3,00	
	4	4	5	5	4	4	26	4,33	
	5	5	5	4	5	5	29	4,83	
	3	4	4	4	3	3	21	3,50	

4		5	5	5	4	5	28	4,67
4	© Hak cipta milik UIN Suska Riau	5	5	5	5	4	28	4,67
4		4	4	5	5	5	27	4,50
4		3	3	3	4	4	21	3,50
5		5	5	4	4	4	27	4,50
4		4	3	3	4	4	22	3,67
5		5	4	5	4	4	27	4,50
5		4	4	4	5	5	27	4,50
3		3	3	3	3	3	18	3,00
4		4	4	5	5	4	26	4,33
5		5	5	4	5	4	28	4,67
5		5	4	4	4	4	26	4,33
5		5	5	5	5	5	30	5,00
4		4	3	3	3	4	21	3,50
4		4	5	4	5	5	27	4,50
4		4	4	3	4	4	23	3,83
4		4	4	4	4	3	23	3,83
4		4	3	3	3	4	21	3,50
5		5	3	4	3	5	25	4,17
4		5	5	5	5	5	29	4,83
5		4	4	4	4	4	25	4,17
3		4	3	4	3	4	21	3,50
4		3	5	3	4	3	22	3,67
4		4	3	4	5	4	24	4,00
5		5	4	5	4	5	28	4,67
4		4	5	4	5	4	26	4,33
3		3	3	3	5	3	20	3,33
4	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	4	4	5	4	5	26	4,33
5		5	4	4	3	4	25	4,17
4		3	5	3	5	3	23	3,83
4		5	4	3	4	3	23	3,83
5		4	3	4	5	4	25	4,17
2		5	4	4	4	4	23	3,83
3		4	5	3	3	3	21	3,50
5		4	3	5	4	5	26	4,33
4		4	4	3	5	3	23	3,83
5		4	5	4	5	4	27	4,50
4		5	5	5	5	5	29	4,83
3		3	4	3	4	3	20	3,33
3		4	4	4	4	4	23	3,83
4		4	4	4	4	2	22	3,67
5		5	4	5	4	5	28	4,67
4		4	5	4	4	4	25	4,17
4		3	3	3	5	3	21	3,50

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



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

Lokasi								Jumlah	Average
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7			
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	5	5	4	4	4	30	4,29	
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	5	4	4	5	5	5	33	4,71	
3. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	3	4	4	3	3	3	23	3,29	
4. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	3	3	4	4	4	26	3,71	
5. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	4	4	4	28	4,00	
6. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	5	5	5	5	5	5	35	5,00	
7. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	4	4	4	28	4,00	
8. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	3	3	3	3	3	3	21	3,00	
9. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	5	4	4	29	4,14	
10. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	5	5	5	5	5	5	35	5,00	
11. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	3	3	3	4	4	3	23	3,29	
12. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	5	5	4	4	31	4,43	
13. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	5	5	4	5	5	4	33	4,71	
14. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	5	5	5	4	4	4	31	4,43	
15. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	3	3	4	25	3,57	
16. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	4	5	5	5	32	4,57	
17. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	4	3	4	26	3,71	
18. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	3	4	4	5	4	5	29	4,14	
19. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	5	5	4	4	5	32	4,57	
20. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	3	3	3	3	3	3	21	3,00	
21. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	3	4	3	25	3,57	
22. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	4	4	4	4	28	4,00	
23. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	5	5	5	5	5	5	35	5,00	
24. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	5	4	5	5	4	32	4,57	
25. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	3	3	3	4	4	3	23	3,29	
26. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	3	5	5	3	4	27	3,86	
27. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	5	5	5	4	4	4	31	4,43	
28. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	4	3	3	3	24	3,43	
29. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	5	5	5	32	4,57	
30. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	3	4	4	3	4	3	24	3,43	
31. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	4	4	4	28	4,00	
32. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	5	5	4	4	5	4	31	4,43	
33. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	5	4	4	4	4	4	29	4,14	
34. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	5	4	4	3	5	4	30	4,29	
35. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	4	4	4	28	4,00	
36. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	4	4	4	4	28	4,00	
37. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	5	4	5	4	31	4,43	
38. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	4	4	4	5	29	4,14	
39. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	5	4	3	4	29	4,14	
40. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	3	5	4	5	4	30	4,29	
41. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	5	4	4	4	29	4,14	
42. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	5	4	4	4	4	5	30	4,29	
43. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	4	3	4	27	3,86	
44. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	3	4	4	4	4	27	3,86	

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

5		4	5	4	3	5	4	30	4,29
	© Hak cipta milik UIN Suska Riau	5	4	5	4	4	5	31	4,43
	1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.	4	4	5	4	4	4	30	4,29
	2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	4	4	4	4	28	4,00
		4	4	4	4	3	4	27	3,86
		5	5	4	5	4	5	33	4,71
		4	4	4	3	4	4	27	3,86
		4	2	4	4	3	4	25	3,57
		4	3	5	5	4	5	30	4,29
		4	4	4	4	5	5	31	4,43
		4	4	4	3	4	4	27	3,86
		4	5	4	3	4	4	29	4,14
		4	3	5	3	4	4	27	3,86
		5	4	4	4	5	4	30	4,29
		4	4	4	3	4	4	27	3,86
		3	4	3	4	4	5	27	3,86
		4	4	4	5	4	4	29	4,14
		5	5	5	5	5	5	35	5,00
		3	3	4	4	3	3	23	3,29
		4	4	5	5	4	4	31	4,43
		5	5	4	5	5	4	33	4,71
		5	5	5	4	4	4	31	4,43
		4	4	4	3	3	4	25	3,57
		4	4	4	5	5	5	32	4,57
		4	4	4	4	3	4	26	3,71
		3	4	4	5	4	5	29	4,14
		4	5	5	4	4	5	32	4,57
	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	3	3	3	3	3	3	21	3,00
		4	4	4	3	4	3	25	3,57
		4	4	4	4	4	4	28	4,00
		5	5	5	5	5	5	35	5,00
		4	5	4	5	5	4	32	4,57
		3	3	3	4	4	3	23	3,29
		4	3	5	5	3	4	27	3,86
		5	5	5	4	4	4	31	4,43
		4	4	4	3	3	3	24	3,43
		4	4	4	5	5	5	32	4,57
		3	4	4	3	3	4	24	3,43
		4	4	4	4	4	4	28	4,00
		5	5	4	4	4	4	31	4,43
		5	4	4	4	4	4	29	4,14



Keputusan Pembeli

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Jumlah	Average
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	62	4,43
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	64	4,57
4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	48	3,43
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	50	3,57
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	63	4,50
5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	63	4,50
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	51	3,64
3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	49	3,50
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	65	4,64
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	62	4,43
3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	51	3,64
4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	62	4,43
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	64	4,57
4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	63	4,50
4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	54	3,86
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	62	4,43
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	50	3,57
4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	63	4,50
5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	63	4,50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	3,00
4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	3	3	4	54	3,86
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	59	4,21
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	67	4,79
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	65	4,64
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	48	3,43
3	4	3	5	5	3	3	5	5	4	5	3	5	3	5	56	4,00
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	61	4,36
3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	3,79
5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	57	4,07
4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	52	3,71
5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	60	4,29
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	3	5	4	59	4,21
4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	60	4,29
3	5	3	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	55	3,93
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	57	4,07
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	64	4,57
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	57	4,07
4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	59	4,21
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59	4,21
5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	61	4,36
4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	51	3,64
5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	60	4,29
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	61	4,36
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	60	4,29
3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	53	3,79
5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	61	4,36
4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	54	3,86
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	62	4,43

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



4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	64	4,57
4	5	5	5	3	3	5	4	4	5	3	4	3	5	58	4,14
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	54	3,86
4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	59	4,21
4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	62	4,43
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	65	4,64
4	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	53	3,79
4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	59	4,21
4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	57	4,07
4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	5	4	5	5	59	4,21
4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	55	3,93
4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	62	4,43
4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	53	3,79
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	62	4,43
3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	61	4,36
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	52	3,71
4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	53	3,79
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	64	4,57
4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	59	4,21
3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	53	3,79
5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	63	4,50
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	62	4,43
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	64	4,57
4	5	4	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	54	3,86
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	61	4,36
4	4	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	54	3,86
3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	60	4,29
5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	61	4,36
3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3,21
4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	5	4	3	3	55	3,93
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	61	4,36
3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	60	4,29
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	62	4,43
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	51	3,64
5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	3	5	62	4,43
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	63	4,50
3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53	3,79

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

Hasil Jawaban Responden

Harga

Harga produk pada Stadion Cafe sesuai dengan kualitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	CS	20	23.5	23.5	25.9
	S	39	45.9	45.9	71.8
	SS	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Harga pada Stadion Cafe dapat dijangkau oleh siapa saja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	20.0	20.0	20.0
	S	43	50.6	50.6	70.6
	SS	25	29.4	29.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Harga produk yang ditawarkan bersaing

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	19	22.4	22.4	22.4
	S	39	45.9	45.9	68.2
	SS	27	31.8	31.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi yang disediakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	27	31.8	31.8	31.8
	S	36	42.4	42.4	74.1
	SS	22	25.9	25.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

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

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

Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan rasa dan selera

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	20.0	20.0	20.0
	S	37	43.5	43.5	63.5
	SS	31	36.5	36.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Stadion Cafe memberikan potongan harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	CS	19	22.4	22.4	24.7
	S	41	48.2	48.2	72.9
	SS	23	27.1	27.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Lokasi

Lokasi cafe sangat luas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	13	15.3	15.3	15.3
	S	48	56.5	56.5	71.8
	SS	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Lokasi yang strategis dan mudah diakses

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	14.1	14.1	14.1
	S	53	62.4	62.4	76.5
	SS	20	23.5	23.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Desain tempat yang sangat nyaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.2	1.2	1.2
	CS	11	12.9	12.9	14.1
	S	50	58.8	58.8	72.9
	SS	23	27.1	27.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Mudah dijumpai dan terletak di pusat kota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	13	15.3	15.3	15.3
	S	48	56.5	56.5	71.8
	SS	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang aman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	22	25.9	25.9	25.9
	S	38	44.7	44.7	70.6
	SS	25	29.4	29.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang luas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	18	21.2	21.2	21.2
	S	45	52.9	52.9	74.1
	SS	22	25.9	25.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

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

Stadion Cafe merupakan Cafe yang telah memiliki izin usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	16	18.8	18.8	18.8
	S	47	55.3	55.3	74.1
	SS	22	25.9	25.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Keputusan pembelian

Stadion Cafe merupakan cafe yang menjual makanan dan minuman untuk pencinta kuliner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	17.6	17.6	17.6
	S	42	49.4	49.4	67.1
	SS	28	32.9	32.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya berbelanja di Stadion Café karena sesuai dengan kebutuhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	10	11.8	11.8	11.8
	S	50	58.8	58.8	70.6
	SS	25	29.4	29.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya berminat berbelanja di Stadion Café karena berbeda dengan yang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	17.6	17.6	17.6
	S	46	54.1	54.1	71.8
	SS	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

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

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

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

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

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

Saya berminat berbelanja di Stadion Café setelah mendapat informasi dari keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	14.1	14.1	14.1
	S	41	48.2	48.2	62.4
	SS	32	37.6	37.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya memutuskan untuk membeli produk di Stadion Café

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	13	15.3	15.3	15.3
	S	46	54.1	54.1	69.4
	SS	26	30.6	30.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya berminat berbelanja di Stadion Cafe setelah mendapat informasi dari teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	19	22.4	22.4	22.4
	S	43	50.6	50.6	72.9
	SS	23	27.1	27.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya merasa puas memilih berbelanja di Stadion Cafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	17.6	17.6	17.6
	S	40	47.1	47.1	64.7
	SS	30	35.3	35.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

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

Pertama kali mengetahui produk membuat saya tertarik untuk membeli produk di Stadion Cafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	14.1	14.1	14.1
	S	47	55.3	55.3	69.4
	SS	26	30.6	30.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya tertarik mengetahui informasi produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	14	16.5	16.5	16.5
	S	42	49.4	49.4	65.9
	SS	29	34.1	34.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya merasa puas dengan pelayanan serta produk yang dimiliki Stadion Cafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	17.6	17.6	17.6
	S	47	55.3	55.3	72.9
	SS	23	27.1	27.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya bersedia membayar lebih jika kualitas makanan memuaskan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	14.1	14.1	14.1
	S	43	50.6	50.6	64.7
	SS	30	35.3	35.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	



Saya tertarik memesan makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pelayan Stadion Cafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	20.0	20.0	20.0
	S	47	55.3	55.3	75.3
	SS	21	24.7	24.7	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya yakin Stadion Cafe menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas untuk dikonsumsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	14	16.5	16.5	16.5
	S	40	47.1	47.1	63.5
	SS	31	36.5	36.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Saya akan datang lagi kembali ke Stadion Cafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	16	18.8	18.8	18.8
	S	47	55.3	55.3	74.1
	SS	22	25.9	25.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

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

Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

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

Auditas Harga

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	.475	.309	.616	.410	.431	.757
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X1.2	Pearson Correlation	.475	1	.353	.568	.154	.506	.702
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.160	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X1.3	Pearson Correlation	.309	.353	1	.436	.477	.189	.635
	Sig. (2-tailed)	.004	.001		.000	.000	.083	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X1.4	Pearson Correlation	.616	.568	.436	1	.420	.567	.838
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X1.5	Pearson Correlation	.410	.154	.477	.420	1	.398	.663
	Sig. (2-tailed)	.000	.160	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X1.6	Pearson Correlation	.431	.506	.189	.567	.398	1	.720
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.083	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Harga	Pearson Correlation	.757	.702	.635	.838	.663	.720	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

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

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

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan dokumen ini tanpa izin dari UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Lokasi
X2.1	Pearson Correlation	1	.659**	.517**	.241*	.382**	.544**	.389**	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.026	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.659**	1	.444**	.299**	.463**	.556**	.538**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.517**	.444**	1	.296**	.184	.458**	.331**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.006	.092	.000	.002	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.4	Pearson Correlation	.241*	.299**	.296**	1	.505**	.544**	.526**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.026	.005	.006		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.5	Pearson Correlation	.382**	.463**	.184	.505**	1	.575**	.519**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.092	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.6	Pearson Correlation	.544**	.556**	.458**	.544**	.575**	1	.639**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.7	Pearson Correlation	.389**	.538**	.331**	.526**	.519**	.639**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
Lokasi	Pearson Correlation	.722**	.764**	.624**	.669**	.722**	.846**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85

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

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

- 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	Y7
Y1	Pearson Correlation	1	.321**	.446**	.148	.462**	.396**	.411**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.176	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y2	Pearson Correlation	.321**	1	.211	.125	.020	.171	.037
	Sig. (2-tailed)	.003		.052	.253	.853	.117	.734
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y3	Pearson Correlation	.446**	.211	1	.256	.123	.391**	.444**
	Sig. (2-tailed)	.000	.052		.018	.261	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y4	Pearson Correlation	.148	.125	.256	1	.077	.199	.162
	Sig. (2-tailed)	.176	.253	.018		.483	.068	.137
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y5	Pearson Correlation	.462**	.020	.123	.077	1	.315**	.329**
	Sig. (2-tailed)	.000	.853	.261	.483		.003	.002
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y6	Pearson Correlation	.396**	.171	.391**	.199	.315**	1	.324**
	Sig. (2-tailed)	.000	.117	.000	.068	.003		.003
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y7	Pearson Correlation	.411**	.037	.444**	.162	.329**	.324**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.734	.000	.137	.002	.003	
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y8	Pearson Correlation	.137	.226*	-.040	.012	.144	.268	.202
	Sig. (2-tailed)	.212	.038	.719	.917	.188	.013	.064
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y9	Pearson Correlation	.127	.280**	.041	.099	.216	.242	.251
	Sig. (2-tailed)	.247	.009	.708	.368	.047	.026	.020
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y10	Pearson Correlation	.199	.305**	.110	.186	.021	.269	.273
	Sig. (2-tailed)	.068	.005	.315	.088	.849	.013	.011

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

	tailed)							
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y11	Pearson Correlation	.284**	.023	.134	.175	.539**	.279**	.429**
	Sig. (2-tailed)	.008	.831	.223	.110	.000	.010	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y12	Pearson Correlation	.365**	.180	.147	.027	.304**	.448**	.392**
	Sig. (2-tailed)	.001	.099	.179	.803	.005	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y13	Pearson Correlation	.276	.055	.131	.000	.545**	.293**	.513**
	Sig. (2-tailed)	.011	.620	.233	1.000	.000	.007	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y14	Pearson Correlation	.333**	.228	.274	.224	.270	.346**	.255
	Sig. (2-tailed)	.002	.036	.011	.040	.012	.001	.018
	N	85	85	85	85	85	85	85
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.637**	.402	.476	.348	.568	.644	.655
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

nama dan menyebutkan sumber:



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

	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Keputusan Pembelian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	.137	.127	.199	.284	.365	.276	.333	.637
Hak Cipta milik UIN Suska Riau	.212	.247	.068	.008	.001	.011	.002	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.226	.280	.305	.023	.180	.055	.228	.402
	.038	.009	.005	.831	.099	.620	.036	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.040	.041	.110	.134	.147	.131	.274	.476
	.719	.708	.315	.223	.179	.233	.011	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.012	.099	.186	.175	.027	.000	.224	.348
	.917	.368	.088	.110	.803	1.000	.040	.001
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.144	.216	.021	.539	.304	.545	.270	.568
	.188	.047	.849	.000	.005	.000	.012	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.268	.242	.269	.279	.448	.293	.346	.644
	.013	.026	.013	.010	.000	.007	.001	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.202	.251	.273	.429	.392	.513	.255	.655
	.064	.020	.011	.000	.000	.000	.018	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	1	.374	.317	.244	.332	.357	.249	.499
		.000	.003	.024	.002	.001	.021	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.374	1	.458	.245	.227	.161	.191	.501
	.000		.000	.024	.037	.141	.079	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.317	.458	1	.167	.283	.137	.332	.522
	.003	.000		.126	.009	.211	.002	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.244	.245	.167	1	.241	.788	.098	.606
	.024	.024	.126		.026	.000	.370	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.832	.227	.283	.241	1	.333	.603	.633
	.002	.037	.009	.026		.002	.000	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.357	.161	.137	.788	.333	1	.223	.629
	.001	.141	.211	.000	.002		.041	.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.249	.191	.332	.098	.603	.223	1	.598
	.021	.079	.002	.370	.000	.041		.000
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
	.499	.501	.522	.606	.633	.629	.598	1
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85

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

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

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

Uji Reliabilitas

Variabel Harga (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.814	.813	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	20.29	7.234	.619	.439	.775
X1.2	20.20	7.781	.563	.463	.788
X1.3	20.20	7.995	.467	.366	.808
X1.4	20.35	6.922	.741	.572	.747
X1.5	20.13	7.852	.502	.415	.800
X1.6	20.29	7.472	.570	.448	.786

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.29	10.472	3.236	6

Variabel Lokasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.854	.855	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	24.49	8.920	.610	.531	.835
X2.2	24.53	8.895	.673	.551	.827
X2.3	24.51	9.324	.482	.354	.853
X2.4	24.49	9.158	.541	.410	.844
X2.5	24.59	8.578	.589	.448	.839
X2.6	24.58	8.199	.771	.605	.810
X2.7	24.55	8.631	.671	.512	.826

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
28.62	11.714	3.423	7

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.825	.824	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	53.86	23.289	.547	.483	.807
Y.2	53.84	25.234	.296	.287	.824
Y.3	53.91	24.562	.367	.452	.820
Y.4	53.78	25.438	.226	.233	.829

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

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

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

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

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

Y.5	53.86	23.956	.472	.509	.812
Y.6	53.96	23.201	.554	.387	.806
Y.7	53.84	23.187	.569	.528	.805
Y.8	53.84	24.258	.386	.329	.819
Y.9	53.85	24.464	.399	.378	.817
Y.10	53.92	24.267	.420	.369	.816
Y.11	53.80	23.638	.514	.707	.809
Y.12	53.96	23.463	.546	.532	.807
Y.13	53.81	23.321	.537	.750	.808
Y.14	53.94	23.723	.506	.505	.810

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58.01	27.464	5.241	14

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lokasi, Harga ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.723 ^a	.523	.511	3.663	2.108

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1206.644	2	603.322	44.961	.000 ^a
	Residual	1100.344	82	13.419		
	Total	2306.988	84			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.548	3.801		5.931	.000					
	Harga	.763	.136	.471	5.611	.000	.632	.527	.428	.826	1.211
	Lokasi	.592	.129	.386	4.604	.000	.583	.453	.351	.826	1.211

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Harga	Lokasi
1	1	2.983	1.000	.00	.00	.00
	2	.010	17.682	.13	.98	.28
	3	.007	20.700	.87	.01	.72

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	48.70	66.14	58.01	3.790	85
Std. Predicted Value	-2.457	2.144	.000	1.000	85
Standard Error of Predicted Value	.404	1.268	.665	.177	85
Adjusted Predicted Value	48.67	66.36	58.02	3.793	85
Residual	-8.824	8.828	.000	3.619	85
Std. Residual	-2.409	2.410	.000	.988	85
Stud. Residual	-2.459	2.467	.000	1.007	85
Deleted Residual	-9.196	9.248	-.004	3.760	85
Stud. Deleted Residual	-2.539	2.548	-.002	1.019	85
Mahal. Distance	.033	9.077	1.976	1.702	85
Cook's Distance	.000	.114	.013	.023	85
Centered Leverage Value	.000	.108	.024	.020	85

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

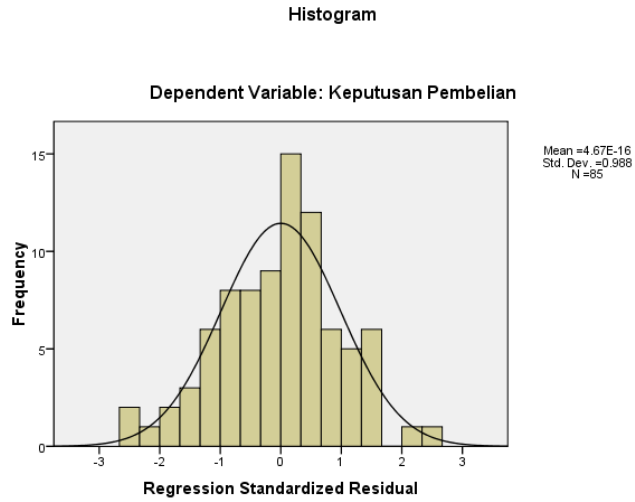
Charts

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

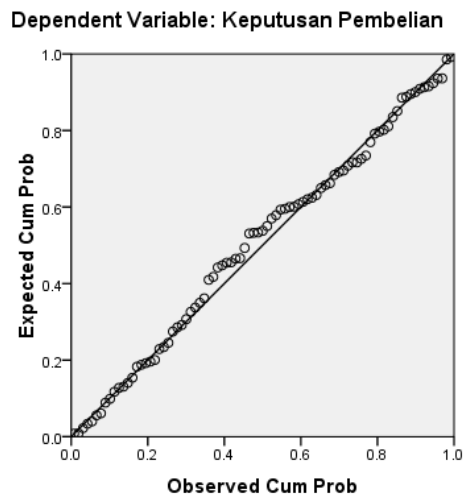
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

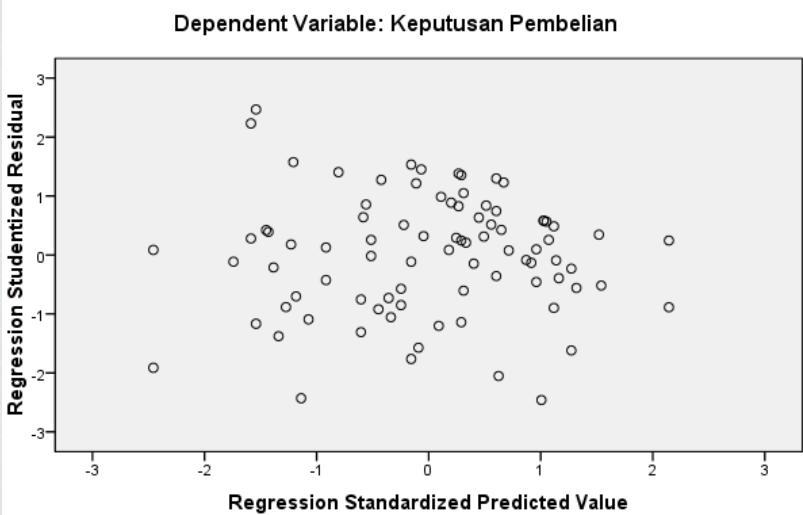
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

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



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

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI STADION CAFE KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

Nama : IRWANDI
 NIM : 11820514756
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Mei 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, S.E., MM

Sekretaris
Rozi Andrini, ME

Penguji I
Dr. Amrul Muzan, M.Ag

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

Mengetahui:
 Kabag T.U
 Fakultas Syariah dan Hukum

 Azmiati, S.Ag., M.Si
 NIP. 19721210 200003 2 003





Journal of Sharia and Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh>
 CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

Journal of Sharia and Law

SURAT KETERANGAN

Pengelola *Journal of Sharia and Law*, dengan ini menerangkan bahwa;

Nama Author : Irwandi
 Email : irwantonfelix@gmail.com
 Judul Artikel : **PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
 KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN
 DI STADION CAFÉ KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG
 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**
 Pembimbing 1 : Afdhol Rinaldi, SE., M.Ec
 Pembimbing 2 : Hairul Amri, M.Ag

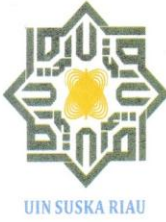
Telah submit Artikel ilmiah dan telah diterima (*accepted*) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada *Journal of Sharia and Law* Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 24 Februari 2023
 An. Pimpinan Redaksi

Haniah Lubis, ME.Sy
 NIP. 198311072019032004

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



UIN SUSKA RIAU

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

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

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/671/2022
 Sifat : Penting
 Lamp. : -
 Hal : *Pembimbing Skripsi*

Pekanbaru, 02 Februari 2022

Kepada

Yth. 1. Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec, Pemb. I Materi
 2. Hairul, Amri, M.Ag, Pemb. II Metodologi
 Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Pekanbaru

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Dengan Hormat,

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

Nama	IRWANDI
NIM	11820514756
Jurusan	Ekonomi Syariah S1
Judul Skripsi	Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stadion Cafe Kecamatan Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah
Lama Membimbing	Maksimal 6 bulan (2 Februari 2022 s.d 2 Agustus 2022)

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

a.n. Dekan
 Wakil Dekan I


 Dr. H. Erman, M.Ag
 NIP. 19751217 200112 1 003

Tembusan:
 Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

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



UIN SUSKA RIAU

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

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

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/10907/2022
 Sifat : Biasa
 Lamp. : 1 (Satu) Proposal
 Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 09 November 2022

Kepada
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

Nama : IRWANDI
 NIM : 11820514756
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1
 Semester : IX (Sembilan)
 Lokasi : Langgini, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI STADION CAFÉ KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH.

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

Demikian disampaikan, terima kasih.



Tembusan :
 Rektor UIN Suska Riau

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



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



PEMERINTAH KABUPATEN KAMPAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 JALAN H. R SOEBRANTAS NOMOR..... TELP. (0762) 20146
BANGKINANG Kode Pos : 28412

REKOMENDASI

Nomor : 071/BKBP/2023/78

Tentang

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

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kampar setelah membaca Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/51580 Tanggal 10 November 2022, dengan ini memberi Rekomendasi /Izin Penelitian kepada:

1. Nama : **IRWANDI**
2. NIM : 11820514756
3. Universitas : UIN SUSKA RIAU
4. Program Studi : EKONOMI SYARIAH
5. Jenjang : SI
6. Alamat : PEKANBARU
7. Judul Penelitian : **PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI STADION CAFE KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**
8. Lokasi : LANGGINI, KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR RIAU

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan Penelitian yang menyimpang dari ketentuan dalam proposal yang telah ditetapkan atau yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan riset/prariset dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan penelitian/pengumpulan data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dikeluarkan.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Riset ini dan terima kasih.

Dikeluarkan di Bangkinang
 pada tanggal 02 Februari 2023

a.n. **KEPALA BADAN KESBANGPOL KAB. KAMPAR**
 Kepala Bidang idiologi, wawasan kebangsaan
 dan karakter Bangsa



ONNITA, SE
 Pembina (IV/a)

NIP. 19661009 198803 2 003

Rekomendasi ini disampaikan Kepada Yth;

1. Sdr. Kepala Desa Langgini di Langgini.
2. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru.
3. Yang Bersangkutan.



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



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 : dpmpstsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/51580
 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.00.9/10907/2022 Tanggal 9 November 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

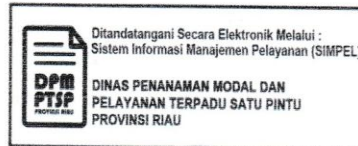
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : IRWANDI |
| 2. NIM / KTP | : 11820514756 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI STADION CAFÉ KELURAHAN LANGGINI BANGKINANG DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : LANGGINI, KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR RIAU |

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 : 10 November 2022



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan