

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**PENGARUH DISKON *MEMBER CARD* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN ALLEA OUTFIT PEKAN BARU  
MENURUT EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

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



UIN SUSKA RIAU

**OLEH :**

**VIONA LESTARI**  
**NIM. 11920521219**

**PROGRAM STUDI S1  
PRODI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM****UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU****2023 M/1444 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.

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Menurut Ekonomi Syariah”**,

yang ditulis oleh:

Nama : Viona Lestari  
 NIM : 11920521219  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian Surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 28 Maret 2023

Pembimbing 1

**Dr. Jenita, SE., MM**  
 NIP. 19650126 201411 2 001

Pembimbing 2

**Basir, SHI., MH**  
 NIP. 130 217 126



- 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

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : VIONA LESTARI  
NIM : 11920521219  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Rabu/ 24 Mei 2023  
Waktu : 08.00 WIB  
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 29 Mei 2023

### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
**Dr. Jenita, SE.,MM**

Sekretaris  
**Rozi Andrini, ME**

Penguji I  
**Surhasanah, SE., MM**

Penguji II  
**Madona Khairunisa, M.E.Sy**

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Zulkifli, M.Ag**

19741006 200501/1 00



**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

:Viona Lestari  
 : 11920521219  
 : Tembilahan/ 21 Mei 2001  
 : Syariah dan Hukum  
 : Ekonomi Syariah  
**:PENGARUH DISKON MEMBER CARD TERHADAP  
 KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ALLEA OUTFIT  
 MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

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

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

Pekanbaru, 10 April 2023  
 Yang membuat pernyataan



Viona Lestari  
 NIM : 11920521219

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



## ABSTRAK

### Viona Lestari, (2023) : Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya strategi pemasaran yang seringkali digunakan oleh perusahaan ritel untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya salah satunya Allea Outfit yang memberikan diskon bagi konsumen yang mempunyai *member card*. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah diskon member card berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit. Dan bagaimana pemberian diskon member card terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit menurut ekonomi syariah.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan lokasi Jl. Delima No.11, Allea Outfit Pekanbaru, dengan populasi 276 orang konsumen yang mempunyai member dan 1 manajer serta owner Allea Outfit. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling yaitu metode purposive sampling dengan rumus slovin dengan hasil sebanyak 74 responden. Dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan Kuesioner dan teknik analisis datanya menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 1.949 + 0.442 X$ , artinya bahwa variabel diskon *member card* berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Hal ini diuji dengan menggunakan uji t, yang mana menunjukkan diskon *member card* berpengaruh positif karena dari hasil uji t, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} = 9.633 > t_{tabel} = 1.993$  nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa R Square sebesar 0,563 nilai tersebut menggambarkan diskon *member card* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 56,3 %, Sedangkan sisanya 43,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji korelasi nilai R sebesar 0,750 yang berarti bahwa hubungan antara diskon *member card* dengan keputusan pembelian konsumen memiliki hubungan yang kuat. Tinjauan Ekonomi Syariah pada dasarnya hukum pemberian diskon dalam islam diperbolehkan, akan tetapi harus terhindar dari riba, penipuan, madharat, sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

**Kata Kunci:** Diskon Member Card, Keputusan Pembelian Konsumen, Ekonomi Syariah

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



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamin segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam, yang senantiasa memberikan kesabaran, kesehatan, kesempatan dan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam senantiasa dihadiahkan buat baginda Rasulullah SAW, yang telah mengeluarkan umatnya dari alam kebodohan kealam yang berilmu pengetahuan untuk dapat mengarungi kehidupan baik di dunia maupun di akhirat.

Skripsi dengan judul “PENGARUH DISKON *MEMBER CARD* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MENURUT EKONOMI SYARIAH” merupakan karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penelitian skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan kekurangan, apabila terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka itu berasal dari Allah SWT. Namun apabila dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datang dari penulis sendiri. Atas segala kekurangan dalam penulis skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dari sana dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga dapat membawa perkembangan bagi penulis dikemudian hari.

Dalam kesempatan ini, penulis berterima kasih yang tak terhingga kepada pihak – pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu



### 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

kepada:

1. Teruntuk yang teristimewa kedua orang tuaku, Bapak Junaidi dan Ibu Nurhayati yang telah mendidik, memberikan kasih sayangnya, dan selalu berjuang demi pendidikan saya serta selalu mendoakan saya dalam kelancaran skripsi dan tidak pernah menuntut agar cepat menyelesaikan perkuliahan ini.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M. Ag selaku rector UIN SUSKA Riau dan seluruh civitis Akedemik UIN SUSKA Riau
3. Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
4. Bapak Dr. H. Erman, S. Ag selaku Wakil Dekan I, bapak Dr. H. Mawardi, S. Ag, M. Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M. Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi
5. Bapak Muhammad Nurwahid, M. Ag dan Bapak Syamsurizal, SE, MSc, Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah
6. Ibu Dr. Jenita, SE, MM dan Bapak Basir, SH.,MH selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi sistematika penulisan dan mengorbankan waktunya serta meluangkan waktunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi
7. Bapak Bambang Hermanto, M, Ag selaku penasehat Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan



### 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.

8. Bapak dan Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat – nasehat yang terbaik yang membantu penulis selama perkuliahan.

9. Bapak Bobby Andimi Pratama dan Kak shinta selaku owner dan manajer serta seluruh karyawan Allea Outfit Pekanbaru.

10. Kepada uncu saya Ibu Deva Saprianti yang selalu memberikan support, motivasi, serta selalu mendoakan untuk menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini.

11. Kepada sahabat saya Dety Pebrianti dan Windy Mardhotillah Putri yang selalu mendengarkan keluh kesah serta yang selalu memberikan saya semangat untuk menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini.

12. Dan kepada semua teman – teman terdekat saya terimakasih atas hal baiknya dalam hal apapun.

13. Dan terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan tidak putus asa untuk menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini hingga selesai.

Atas semua dukungan yang diberikan oleh semua pihak, penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih dan mendoakan agar memberikan balasan yang sempurna dan menjadi amal jariyah hendaknya.

Harapan penulis nantinya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis sendiri, dan nantinya memperluas khasanah pengetahuan bagi kita semua. Amiin.

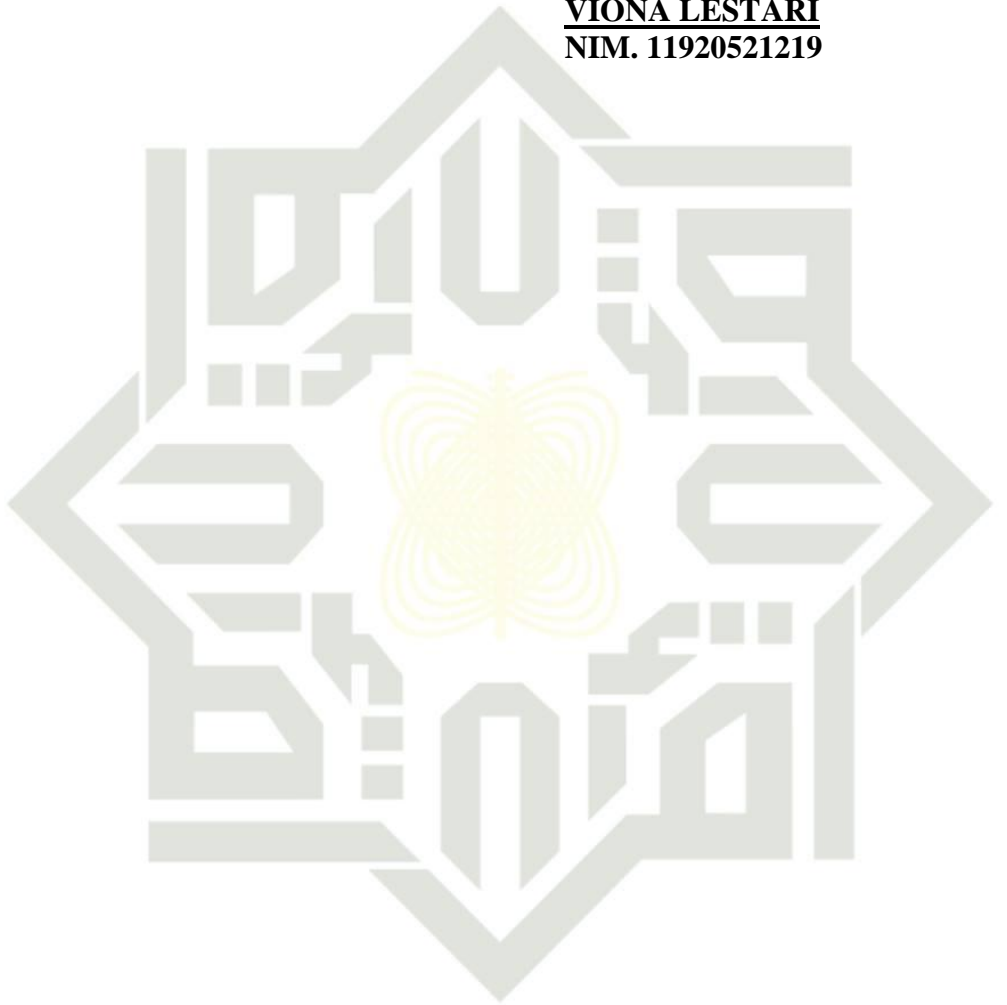


Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekan Baru, 19 Maret 2023

Penulis

**VIONA LESTARI**  
**NIM. 11920521219**



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.

**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 ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Kerangka Teori.....	10
1. Strategi Pemasaran.....	10
a. Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
b. Tujuan Strategi Pemasaran.....	10
c. Konsep Strategi Pemasaran.....	11
2. Diskon .....	12
a. Pengertian Diskon .....	12
b. Macam – macam Diskon.....	13
c. Indikator Diskon.....	16
d. Faktor Terjadinya Diskon .....	17
e. Diskon dalam Pandangan Islam.....	17
3. Member Card .....	20
a. Pengertian Member Card .....	20
b. Macam – macam Member Card.....	21
4. Keputusan Pembelian.....	23
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
b. Tahap dalam Pengambilan Keputusan Konsumen.....	24



- 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	c. Indikator Keputusan Pembelian .....	28
	d. Faktor -faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
	e. Keputusan Pembelian dalam Islam .....	30
	B. Penelitian Terdahulu .....	34
	C. Kerangka Pemikiran.....	36
	D. Hipotesa Penelitian.....	37
	<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
	A. Jenis Penelitian.....	38
	B. Lokasi Penelitian.....	38
	C. Subjek dan Objek Penelitian .....	38
	D. Populasi dan Sampel .....	38
	E. Sumber Data.....	40
	F. Teknik Pengumpulan Data .....	41
	G. Teknik Analisis Data.....	43
	H. Definisi Operasional Variabel.....	49
	I. Sejarah Singkat Berdirinya Allea Outfit .....	50
	<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
	A. Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	52
	B. Tinjauan Ekonomi Syariah Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	64
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
	A. Kesimpulan .....	70
	B. Saran.....	71
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta dilindungi undang-undang. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

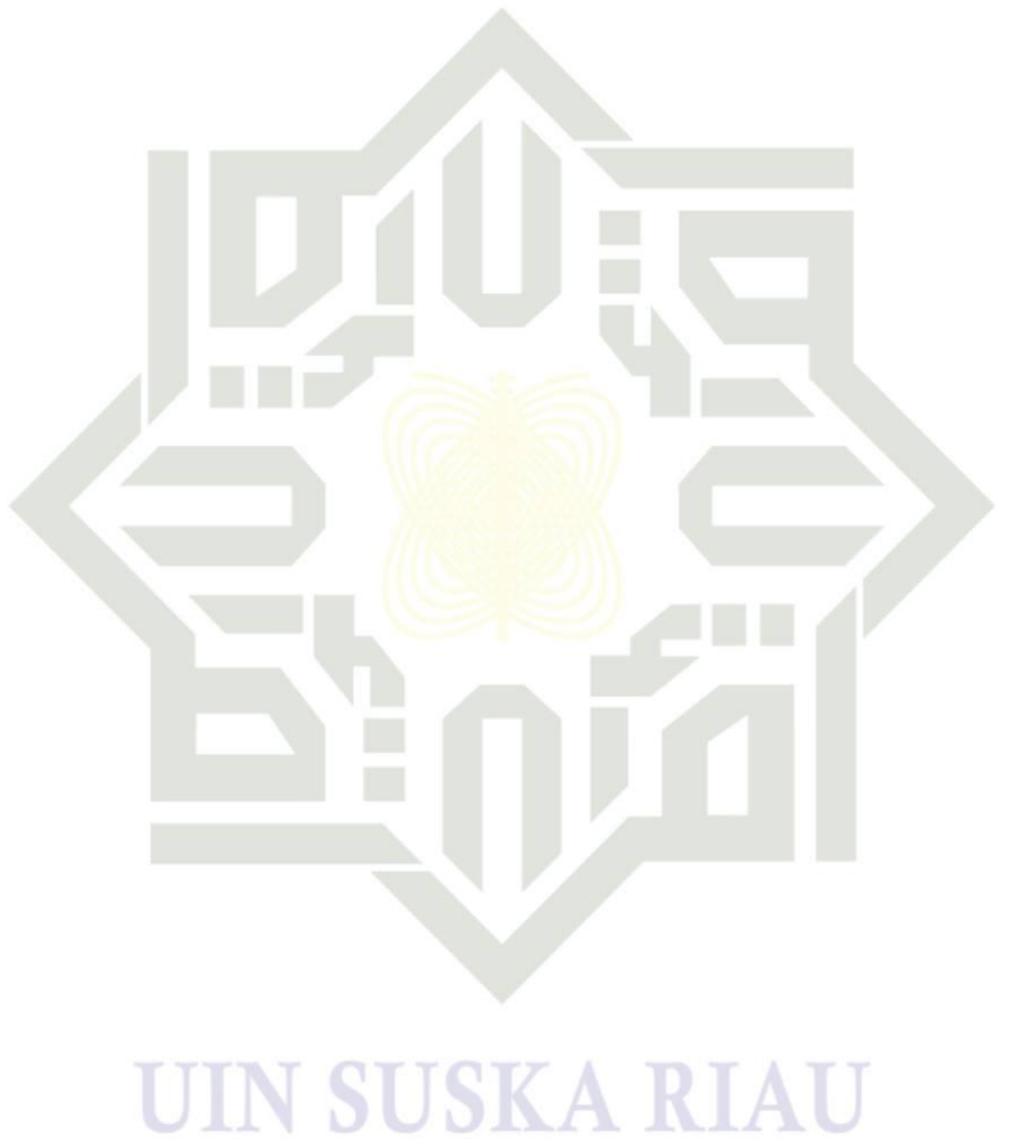
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Data Penjualan <i>Member Card</i> .....	4
Tabel 2.1	Konsumen Mempunyai <i>Member Card</i> .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3.1	Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel .....	49
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.2	Lama Menggunakan <i>Member Card</i> .....	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	55
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel X ( <i>Diskon Member Card</i> ).....	56
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Y ( <i>Keputusan Pembelian Konsumen</i> ) .....	56
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.8	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	57
Tabel 4.9	Uji Heteroskedastisitas.....	58
Tabel 4.10	Koefisien Regresi Sederhana .....	58
Tabel 4.11	Uji Parsial (t).....	60
Tabel 4.12	Uji Determinan .....	61
Tabel 4.13	Uji Korelasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Kerangka pemikiran.....	34
------------	-------------------------	----



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong pengertian keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Keputusan pembelian menurut George R. Terry merupakan pemilihan alternatif perilaku dari dua atau lebih alternatif yang ada, sedangkan keputusan pembelian menurut James A.F Stoner mendefinisikan sebagai suatu proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecah masalah.<sup>1</sup>

فَلَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Katakanlah, tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik kamu hatimu, maka bertakwalah kepada Allah SWT agar kamu mendapat keberuntungan” (Q.S Al-Maidah:100)<sup>1</sup>

Dari penjelasan ayat di atas menjelaskan bahwa melakukan keputusan pembelian hendaknya kita harus penuh hati-hati dan teliti. Maka dari itu jika kita hendak hati-hati dan teliti dalam memeriksa nya akan memberikan

<sup>1</sup> Agustinus Johannes Djohan, *Manajemen & Strategi Pembelian*, (Malang: Media Nusa Creative), h. 45.

#### 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

informasi yang dapat memberikan manfaat bagi para konsumen, untuk itulah barulah konsumen dapat memutuskan mau membeli apa tidak produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya.<sup>2</sup> Islam sudah mengajarkan bahwa sebaiknya memenuhi kebutuhan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dengan yang buruk tujuannya agar tidak menyesal dikemudian hari.

Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera dari pada konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang akan ditawarkan oleh pemasar.

Perilaku pembelian seseorang disebabkan oleh beberapa faktor, karena setiap orang memilih sikap dan preferensi yang berbeda – beda sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga akan berbeda. Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu adanya faktor internal meliputi motivasi, sikap, pengetahuan, kepribadian, demografi, dan gaya hidup maupun faktor eksternal meliputi harga, promosi, lokasi dan pelayan.

Adapun faktor eksternal yaitu harga, merupakan salah satu faktor penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap

<sup>2</sup> Eko Suprayitno, “Ekonomi Islam Edisi Pertama”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h.



keputusan pembelian sebuah produk. Konsumen biasanya mengidentikkan harga produk yang mahal dengan kualitas yang baik dan apabila harga produk murah, maka seorang konsumen akan meragukan kualitasnya. Ketika seseorang berbelanja, hal awal yang paling sering diperhatikan harga, disusul dengan faktor lain. Faktor eksternal lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah promosi. Promosi juga menjadi bagian terpenting dalam faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Adapun cara yang digunakan perusahaan ritel dalam melakukan promosi seperti memberikan diskon, hadiah, undian dll. Pemberian diskon yang dilakukan perusahaan kepada konsumen merupakan sarana yang berguna untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk.

Salah satu perusahaan ritel di Pekanbaru yang melakukan promosi dengan memberikan diskon kepada konsumen yaitu Allea Outfit. Masyarakat Indonesia saat ini sudah memiliki kesadaran akan *fashion* yang baik dan berkembang, hal ini dapat dilihat dari ragam perusahaan ritel yang menjual berbagai macam Outfit. Allea Outfit merupakan sebuah toko atau usaha ritel yang menjual berbagai macam outfit wanita mulai dari jilbab, baju, celana, rok, sandal, tas dan lain sebagainya. Dari pengamatan penulis pada toko Allea Outfit yang berlokasi di Jl. Delima No. 11 depan PHD Panam bahwa Allea Outfit setiap harinya selalu ramai konsumen yang berdatangan untuk berbelanja di Allea Outfit tersebut. Berikut adalah data jumlah penjualan pada Allea Outfit:

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Tabel. 1.1**  
**Data Penjualan *Member Card***  
**15 September 2019 - 7 Oktober 2022**

Tahun	Penjualan
2019	Rp. 170.800.230
2020	Rp. 360.250.500
2021	Rp. 285.900.150
2022	Rp. 441.528.414

**Sumber: Manajer Allea Outfit**

Berdasarkan data di atas, penjualan pada Allea Outfit dapat diketahui bahwa penjualan pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 170.800.230, penjualan pada tahun 2020 meningkat sebesar Rp. 360.250.000, penjualan pada tahun 2021 menurun sebesar Rp. 285.900.150 dan penjualan pada tahun 2022 meningkat sebesar Rp. 441.528.414. Meningkat dan menurunnya penjualan berdampak pada pendapatan toko, penurunan jumlah pembelian konsumen tersebut dapat terjadi karena berbagai faktor, seperti banyaknya persaingan pada industri ritel yang menyebabkan menurunnya jumlah pelanggan.<sup>1</sup>

Allea Outfit dalam upaya untuk meningkatkan jumlah konsumen yaitu dengan cara memberikan diskon kepada konsumen yang mempunyai *member card*.. Semua produk yang dijual di Allea Outfit akan mendapatkan diskon, seperti: jilbab, baju, celana, rok, gamis, sepatu, tas dll. Syarat Untuk mendapatkan diskon terlebih dahulu konsumen harus mempunyai *member card*. Syarat untuk mendapatkan *member card* yaitu dengan melakukan pendaftaran dan melakukan transaksi pembayaran sebesar Rp. 25.000, yang dimana nantinya *member card* ini akan berlaku seumur hidup. Di Allea Outfit baru menerapkan program *member card* sekitar tahun 2019. Manfaat yang

**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.

diterima konsumen dengan memiliki *member card* akan mendapatkan manfaat financial yang berupa memperoleh diskon, bonus produk atau hadiah berdasarkan pengumpulan poin, mendapatkan pelayanan yang lebih baik.<sup>3</sup>

**Tabel. 1.2**  
Data Konsumen yang Mempunyai *Member Card*

Tahun	Jumlah <i>Member Card</i>
2019	16
2020	53
2021	112
2022	157

**Sumber: Manajer Allea Outfit**

Tabel di atas menunjukkan data jumlah konsumen yang mempunyai *member card*. Pada tahun 2019 konsumen yang mempunyai *member card* hanya sebanyak 16 orang. Pada tahun 2020 konsumen yang mempunyai *member card* bertambah sebanyak 53 orang. Pada tahun 2021 terjadi kenaikan lagi yaitu sebesar 112 orang konsumen yang mendaftar untuk mempunyai *member card*. Karena biasanya diskon yang diberikan Allea Outfit kepada konsumen yang mempunyai *member card* berkisar 2% sampai 70%, hal tersebut menjadi daya tarik pembeli untuk selalu ingin mendapatkan diskon dalam berbelanja. Akhirnya pada tahun 2022, konsumen yang mempunyai *member card* bertambah sebanyak 157 orang. Selain itu, Allea Outfit juga sering memberikan diskon pada waktu tertentu, seperti: pada saat menjelang puasa dan lebaran, dan setiap bulannya selalu memberikan promo untuk barang tertentu.<sup>1</sup>

Dengan adanya diskon *member card* yang diberikan Allea Outfit

<sup>3</sup> Muhammad Zen, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Program Membership Card terhadap Loyalitas Pelanggan International Futsal Panam Pekanbaru" (Disertasi: UIN Suska Riau, 2018), h.35.



**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

kepada konsumen diharapkan akan semakin meningkatkan keputusan pembelian sehingga akan meningkatkan penjualan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik meneliti lebih jauh tentang permasalahan tersebut dengan judul : **“Pengaruh Diskon *Member Card* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”**.

**B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membatasi masalah agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan. Maka penulis membatasi penelitian ini pada Pengaruh Diskon *Member Card* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi syariah periode 2019-2022.

**C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah diskon *member card* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru ?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru?

**D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Pada umumnya suatu penelitian bertujuan untuk menemukan, menguji,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dan mengembangkan suatu pengetahuan. Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh diskon *member card* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru menurut ekonomi syariah

#### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi serta mengembangkan wawasan bagi peneliti selanjutnya, mengenai pengaruh harga diskon melalui *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen
- b. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

#### E. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun

sistematika penulisan sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.



#### 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

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu: Pengertian diskon, macam-macam diskon, indikator diskon, faktor terjadinya diskon, diskon dalam pandangan islam, pengertian *member card*, macam-macam *member card*, pengertian keputusan pembelian, tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen, indikator keputusan pembelian, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan keputusan pembelian konsumen dalam islam, serta penelitian terdahulu.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik analisis dan metode analisis data.

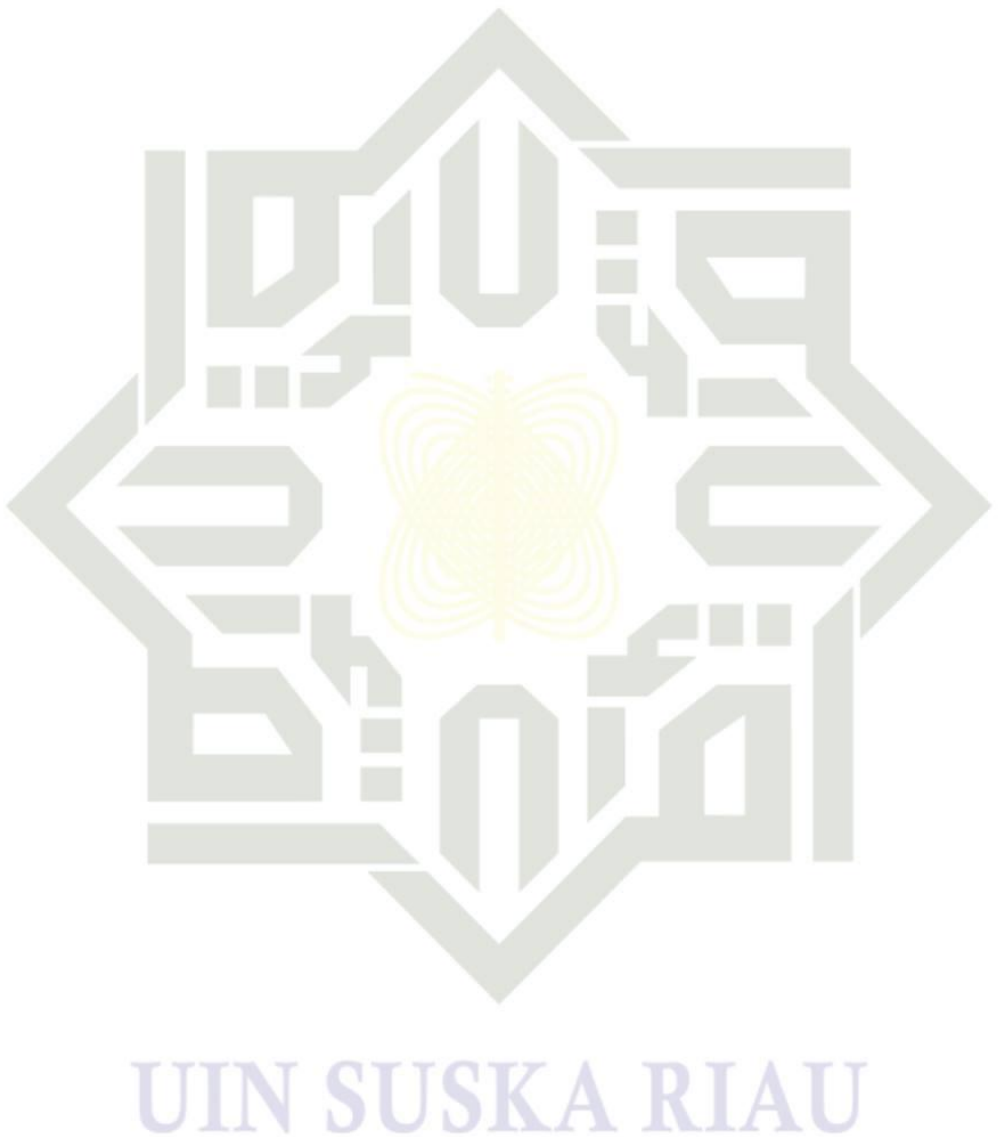
## BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian yaitu untuk mengetahui diskon *member card* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru menurut ekonomi

syariah.

## **: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab penutup berisikan kesimpulan dari pembahasan dan saran sebagai sumbangan pemikiran



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kerangka Teoritis

##### 1. Strategi Pemasaran

###### a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

###### b. Tujuan Strategi Pemasaran

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:<sup>4</sup>

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
- 3) Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran

<sup>4</sup> Marissa Grace Haque, et.al., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Taggeran Selatan: Pascal Books, 2021), h. 9-12.

### c. Konsep Strategi Pemasaran

Berikut merupakan lima konsep strategi pemasaran dalam mencapai kepuasan konsumen:

#### 1) *Market Segmentation*

Perusahaan melakukan klasifikasi pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda dari konsumen yang heterogen/beragam menjadi bagian-bagian pasar yang sifatnya homogen/sejenis.

#### 2) *Market positioning*

Perusahaan wajib memilih segmen pasar tertentu yang memberikan keuntungan dan memiliki pola spesifik agar mempunyai posisi paling kuat di pasar karena dalam sebuah pasar tidak bisa didominasi satu perusahaan saja.

#### 3) *Market entry strategy*

Strategi sebuah perusahaan agar bisa masuk dalam segmen pasar tertentu dengan beberapa cara salah satunya melakukan kerjasama ataupun membeli perusahaan lain.

#### 4) *Marketing mix strategy*

*Marketing mix strategy* pemasaran merupakan kumpulan beberapa variabel yang dipakai perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan/respon konsumen. Variabel bauran pemasaran diantaranya: *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence.*

#### 5) *Timing strategy*

#### 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.



Momentum dalam strategi pemilihan waktu menjadi hal yang wajib diperhatikan perusahaan, terutama dalam persiapan dalam bidang produksi dan pemilihan waktu dalam pendistribusian produk kepada pasar.

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### 2. Diskon

#### a. Pengertian Diskon

Diskon menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah potongan harga.<sup>1</sup> Menurut Tjiptono diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli, misalnya membayar tagihan lebih cepat, membeli dalam jumlah besar, atau membeli diluar musim atau periode permintaan puncak. Sedangkan potongan – potongan harga diberikan kepada konsumen disebabkan oleh beberapa hal seperti ini:<sup>5</sup>

- a. Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan
- b. Pembelian dalam partai besar
- c. Adanya perbedaan pertimbangan
- d. Dari pihak produsen sendiri kemungkinan merupakan suatu program

Diskon adalah pengurangan harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi

<sup>5</sup> Novita Sari Nainggolan, “Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan”, Jurnal Ekonomi USI Volume.2 No.1 (2020), h. 56.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

pemasaran. Potongan harga merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan, hal tersebut dikarenakan pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan.

Sistem diskon sering digunakan oleh produsen atau penjual dalam meningkatkan penjualannya, karena bisa menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Sistem diskon biasanya dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, dengan menggunakan persentase, sehingga barang yang ditawarkan akan berkurang dengan harga asli dari penawaran produk.<sup>1</sup>

#### b. Macam – macam diskon

Dalam strategi pemasaran dikenal 4 bentuk diskon, yaitu diskon kuantitas, diskon musiman, diskon cas (cash discount), dan trade discount:<sup>6</sup>

##### 1) Diskon kuantitas

Diskon kuantitas merupakan potongan harga yang diberikan guna mendorong konsumen agar membeli dalam jumlah yang lebih banyak, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan. Selain itu, diskon kuantitas juga dapat memberikan manfaat berupa penurunan *unit cost* sebagai akibat pesanan dan produk dalam jumlah yang besar. Contoh diskon kuantitas adalah harga pembelian suatu majalah, misalnya untuk pembelian 1 hingga 10 eksemplar harganya masing – masing

<sup>6</sup> Ita Rahmawati , et.al., *Faktor Diskon, Bonus Pack, dan In Store Display Serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Implusif*, (Jombang: LPPM, 2020), h. 7-10.

Rp.5000,00. Untuk 11-25 eksemplar harganya Rp.4900,00 dan untuk 26 eksemplar keatas harganya Rp.4.750,00.

Diskon kuantitas bisa diterapkan dalam berbagai ukuran, misalnya nilai (dalam rupiah) barang yang dibeli, dan sebagainya. Diskon kuantitas terdiri atas 2 jenis, yaitu diskon kuantitas kumulatif dan diskon kuantitas non kumulatif.

## 2) Diskon musiman

Diskon musiman adalah potongan harga yang diberikan hanya pada masa tertentu saja. Diskon musiman digunakan untuk mendorong konsumen agar membeli barang – barang yang sebenarnya baru akan dibutuhkan beberapa waktu mendatang. Dengan demikian, diskon musiman berpengaruh pada pola pembelian konsumen, sehingga fungsi persediaan atas penyimpanan bergeser ke tangan konsumen. Bagi konsumen sendiri, diskon musiman memberikan beberapa manfaat. Pertama, harga produkna lebih murah. Kedua, mereka bisa berbelanja lebih leluasa dan terhindar dari antri panjang yang biasa terjadi bila mereka berbelanja pada musim “ramai”. Dan ketiga, biasanya pada hari – hari menjelang ‘hari H’ ada kemungkinan terjadi lonjakan harga sebagai akibat besarnya permintaan bila konsumen telah berbelanja jauh – jauh hari sebelumnya, maka ia akan terhindar dari situasi tersebut.

### Hak Cipta Diindungi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di negara – negara yang memiliki 4 musim, diskon musiman sering diberikan untuk pembelian produk – produk tertentu (terutama pakaian) pada saat menjelang musim dingin maupun panas. Sedangkan di Indonesia potongan seperti ini seringkali diberikan menjelang hari raya, hari natal, dan tahun baru. Setelah masa potongan harga berakhir, biasanya harga akan kembali seperti semula.

### 3) Diskon Cash (*cash discount*)

Dalam berbagai transaksi jual beli seringkali diterapkan cara pembayaran kredit. Melalui cara ini pembeli memperoleh manfaat berupa lebih singkatnya jangka waktu perputaran dana. Akan tetapi cara ini dapat memberatkan para penjual karena dananya terikat pada piutang dalam jangka waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, penjual akan berusaha mengurangi jumlah produk. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan jalan menawarkan *cash discount*, yang merupakan potongan yang diberikan apabila pembeli membayarnya dalam jangka waktu tertentu sesuai perjanjian transaksi Rp. 1 juta dengan termin 2/10, n/30, artinya jangka waktu pelunasan adalah 30 hari sejak saat jual beli berlangsung. Bila pembeli melunasinya pada hari kesepuluh atau sebelumnya, maka ia mendapat potongan sebesar 2 % ( $2\% \times \text{Rp. 1 juta} = \text{Rp. 20.000,00}$ ). Sebaliknya bila pembayaran dilakukan setelah hari ketiga puluh, maka pembeli akan dikenakan bunga tertentu yang diatur dengan perjanjian sendiri.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

4) *Trade discount*

*Trade discount* diberikan kepada produsen kepada para penyalur (*wholesaler* dan *retailer*) yang terlibat dalam pendistribusian barang dan pelaksanaan fungsi – fungsi tertentu, seperti penjualan, penyimpanan dan *record keeping*. Misalnya produsen memberikan potongan sebesar 25% dan *list price* kepada retailer. Lini produk yang bisa menggunakan *trade discount* antara lain makanan, obat – obatan, dan perangkat keras.

**c. Indikator Diskon**

Menurut Sutisna dalam jurnal Siska Hastari dan Yulfitia Aini *price discount* adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu, yang menjadi dimensi *price discount* adalah:<sup>1</sup>

- 1) Besarnya potongan harga besarnya ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk di discount.
- 2) Masa potongan harga jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya discount.
- 3) Jenis produk yang mendapatkan potongan harga.  
Keanekaragaman pilihan pada produk yang di discount.

**d. Faktor Terjadinya diskon**

Menurut Djasmin Saladinada, ada beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya perusahaan melakukan pemotongan harga (diskon) adalah sebagai berikut:

- 1) Kelebihan kapasitas
- 2) Merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

3) Untuk mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah<sup>7</sup>

**e. Diskon dalam Pandangan Islam**

Manusia merupakan makhluk sosial yaitu makhluk yang hidup dalam masyarakat yang tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Manusia pada hakikatnya saling membutuhkan antara yang satu dengan yang lainnya merupakan ciri dari konsep muamalah yang tidak bisa lepas dari kehidupan. Konsep muamalah merupakan suatu konsep yang mengatur hubungan baik seluruh manusia, yang bertujuan untuk menjaga hak-hak manusia, merealisasikan kemaslahatan dan menjauhkan dari segala kemudharatan. Konsep tersebut telah diatur sedemikian rupa dalam syari'at yang di dalamnya terdapat berbagai hukum, yaitu halal, haram, mubah, dan makruh.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia melakukan hubungan interaksi dengan yang lainnya dalam sebuah kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis ini merupakan sebuah kegiatan yang sangat penting dilakukan agar dapat terpenuhinya semua kebutuhan manusia akan barang dan jasa, rohani, maupun jasmani. Kebutuhan manusia bersifat tidak terbatas dan keinginannya pun terus berkembang. Dalam memenuhi kebutuhannya, ajaran Islam pun telah mengatur seluruh bidang dalam kehidupan manusia. Salah satunya yaitu jual beli. Firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah: 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

<sup>7</sup> Afibatus Afida dan M. Taufiq Zamzami, *Op., Cit.*, h. h. 106.

*Artinya:....."Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".<sup>1</sup>*

Dalam masalah jual beli, Islam juga telah memberikan aturan secara jelas mengenai rukun dan syaratnya. Baik yang berhubungan dengan pihak penjual, pembeli, ataupun objek akad dari jual beli yang dilakukan. Adapun jual beli yang sesuai dengan syariah adalah jual beli yang di dalamnya terdapat kejujuran, terpenuhinya syarat dan rukun akad dari jual beli tersebut. Allah SWT., melarang manusia untuk berlaku curang dan menganjurkan manusia untuk bertransaksi atas dasar suka sama suka. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ  
ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

**Artinya:** *"Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya".<sup>8</sup>*

Konsep jual beli dalam Islam memiliki prinsip masalah,

<sup>8</sup> Q.S. An Nisa(4) : 59.

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.

keuntungan atau masalah bagi pedagang atau yang melakukan transaksi. Dalam hal jual beli, tentu sebagai pembeli harus cermat dalam memilih harga barang yang akan dibeli. Membandingkan harga barang dari satu tempat penjualan dengan tempat yang lain tentu lazim dilakukan. Termasuk juga apabila terdapat diskon di suatu tempat perbelanjaan, tentunya pembeli harus mengetahui harga umum barang tersebut yang dijual di pasaran sebelum diberlakukan potongan harga atau diskon.<sup>1</sup>

Potongan harga atau diskon dalam terminologi Fikih Muamalah, sebagaimana yang disebutkan menurut Syabbul Bachri dikenal dalam istilah fuqaha “ dengan sebutan *al-naqis min al-tsaman* (pengurangan harga). Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad *muwâdla`ah* atau *Al-Wadli`ah*. Akad *muwâdla`ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. *Bay`al-muwâdla`ah* adalah jual-beli di mana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*). Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah. Rukun dan syarat jual beli pada *bay`al-muwâdla`ah* sama seperti yang terdapat pada *bay` murabahah* dengan tambahan yang terdapat pada keumuman jual beli. Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi

#### 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.



barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba.<sup>9</sup>

Hukum jual beli dengan menggunakan sistem potongan harga (diskon) itu diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti halnya penipuan kepada konsumen, merugikan konsumen, menimbulkan kemadharatan, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, sistem diskon harus terlepas dari beberapa faktor yang diharamkan.

### 3. *Member Card*

#### a. *Pengertian Member Card*

*Member Card* merupakan suatu pengakuan sebagai pelanggan yang bergabung dalam suatu organisasi, perusahaan atau kelompok secara resmi dan diakui. *Member card* dapat dipakai oleh yang dianggap memenuhi syarat sebagai member. Biasanya *member card* memberikan keuntungan serta fasilitas yang lebih besar.<sup>1</sup>

Dengan adanya *member card*, pihak perusahaan dapat menghitung banyaknya pelanggan yang ada serta implikasinya terhadap perusahaan. Dengan demikian dapat dilakukan evaluasi terhadap perusahaan apakah penggunaan *member card* berguna baik bagi perusahaan maupun bagi pengguna *member card*.

<sup>9</sup> Selly Intan Fajarwati, *et.al.*, “Analisis Jual Beli dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi” Jurnal Volume. 5 No. 2 (2019), h. 565.

**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.

Perilaku keanggotaan yang menggunakan *member card* terdiri dari:<sup>10</sup>

- 1) Retention, yaitu anggota yang memperbaharui keanggotaannya dari satu tahun ke tahun berikutnya.
- 2) Participation, yaitu batasan atau tahapan dimana anggota mengkonsumsi pelayanan/jasa yang diberikan oleh asosiasi.
- 3) Coproduction, yaitu tahapan atau batasan dimana anggota dilibatkan dalam produksi dari produk, pelayanan, dan pemasaran asosiasi.

**b. Macam – Macam *Member Card***

Ada beberapa macam *member card* yang dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu:<sup>1</sup>

1) Kartu Keanggotaan Gratis (*free Member Card*)

*Free Member Card* yaitu keanggotaan yang didapatkan secara gratis, atau sekedar membayar uang biaya pembuatan kartu. Bisa juga dikatakan *member card* yang diberikan secara Cuma- Cuma oleh perusahaan penyedia barang atau jasa dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Meskipun tidak berbayar, akan tetapi terkadang tetap dikenakan biaya pencetakan kartu guna mengganti dana yang keluar dalam pembuatan kartu tersebut.

2) Kartu Keanggotaan Khusus (*Special Member Card*)

<sup>10</sup> Tan Danny Stevano , “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Membership Card Oriflame terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kosmetika Oriflame di Yogyakarta”, (Disertasi: Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2012), h. 6.

Yaitu *member card* yang hanya biasa digunakan oleh konsumen pada salah satu pihak yang memberikan diskon tersebut. Contohnya, sebuah hotel menerbitkan kartu diskon untuk mendapatkan kartu diskon tersebut harus membayar seratus riyal. Dengan kartu diskon tersebut, jika anda menginap di hotel tersebut akan mendapatkan diskon sebesar 20% atau 30%.

### 3) Kartu Keanggotaan Umum (*Common Member Card*)

Kartu yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen untuk mendapatkan pengurangan harga (diskon) atau beberapa layanan tertentu di sejumlah toko. Biasanya kartu ini diterbitkan oleh agen – agen perjalanan pariwisata dan perusahaan periklanan.

Kartu diskon umum melibatkan 3 (tiga) pihak:

- a) Penerbit *member card* (kartu diskon).
- b) Perusahaan – perusahaan komersial yang ikut serta memberikan diskon dengan kartu tersebut (client).
- c) Konsumen (user)

Kartu diskon umum dapat digunakan oleh konsumen di beberapa tempat.

## 4. Keputusan Pembelian

### a. Pengertian keputusan pembelian

Keputusan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perihal yang berkaitan dengan putusan; segala putusan yang telah

ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan dan dsb).<sup>11</sup> Pembelian dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan membeli.<sup>1</sup> Keputusan pembelian disini maksudnya adalah perihal yang berkaitan dengan segala keputusan yang telah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya proses, cara, dan perbuatan membeli.

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Berikut ini merupakan beberapa defeni keputusan menurut para ahli:

Fandy Tjiptono dalam jurnal penelitian Pratiwi, Suwendra, Yulianthini mengemukakan bahwa “keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Dimana, perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlihat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut”. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlihat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

<sup>11</sup> “Arti Kata Keputusan menurut KBBI”, <http://jagokata.com/arti-kata/keputusan.html>, (diakses pada 15 November, pukul 13.50).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Sedangkan menurut Assael menyatakan bahwa pengambilan keputusan pembelian adalah proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan – kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya.<sup>12</sup>

#### b. Tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Periset pemasaran telah mengembangkan “model tingkat” proses keputusan pembelian konsumen melalui beberapa tahap, sebagai berikut:<sup>1</sup>

##### 1) Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Lalu mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen.

##### 2) Pencarian informasi

Secara umum konsumen menerima informasi terpenting tentang sebuah produk komersial yaitu sumber yang didominasi

<sup>12</sup> Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, (Pacangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), h. 4.

pemasar. Setiap sumber informasi melaksanakan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sumber komersial biasanya melaksanakan fungsi informasi, sementara sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi atau evaluasi.

Konsumen akan aktif dalam mencari informasi yang berhubungan dengan kebutuhan atau masalahnya tersebut setelah mengidentifikasi masalahnya. Apabila informasi tentang produk yang diperoleh cukup kuat dan dapat membuat seseorang merasa yakin pada produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Pencarian informasi dapat melalui berbagai sumber seperti:

- a) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, maupun rekan.
- b) Sumber komersial: iklan, penyalur maupun situs web.
- c) Sumber publik: media masa, internet.
- d) Evaluasi alternatif

Pada tahap alternatif ini konsumen akan memproses informasi yang diperoleh tersebut untuk membuat satu pilihan produk atau merek yang sesuai dengan masalahnya dari beberapa pilihan alternatif yang ada. Konsumen akan memilih produk yang menurut terbaik setelah mempertimbangkan dari beberapa pilihan alternatif yang ada. Oleh karena itu, pemasar perlu mengetahui evaluasi alternatif yang dilakukan oleh konsumen.

#### 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.

Evaluasi alternatif adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan, di mana konsumen akan memilih salah satu produk atau merek yang sesuai dengan kebutuhannya dari beberapa pilihan alternatif yang tersedia. Dengan mengetahui evaluasi yang dilakukan oleh konsumen, maka produsen dapat menentukan langkah-langkah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

### 3) Keputusan pembelian

Pada tahap ini akhirnya konsumen mengambil sebuah keputusan untuk menerima atau menolak suatu produk. Keputusan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor spesifik baik internal maupun eksternal. Keputusan diambil untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dialaminya. Apabila konsumen memutuskan untuk menerima produk tersebut, maka terdapat beberapa kriteria yang menjadi pertimbangan sebelumnya, antara lain:

- a) Kekuatan
- b) pemasok atau produsen
- c) Pilihan pemasok atau produsen
- d) Waktu pembelian, dan *inertia* (hambatan alternatif dan ketersediaan waktu)
- e) Metode pembayaran: apakah tunai, kredit, atau sistem COD pada transaksi e-commerce.

#### 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.

#### 4) Evaluasi pasca keputusan

Merupakan tahap di mana konsumen memberikan umpan balik (*Feed Back*) dari produk yang telah dikonsumsi atau digunakan. Beberapa hasil dari evaluasi konsumen dapat digunakan oleh perusahaan produsen atau pemasok untuk mengetahui perilaku konsumen atas produk tersebut. Hal ini dimaksudkan agar pada periode berikutnya, perusahaan dapat melakukan perbaikan – perbaikan, peningkatan mutu produk, serta inovasi agar tidak hanya sekedar menjawab kebutuhan konsumen saja, namun juga mampu menciptakan “kebutuhan” bagi konsumen atas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Bagaimanapun “menciptakan kebutuhan” merupakan strategi paling penting dalam ilmu pemasaran agar keberlangsungan bisnis perusahaan tetap terjaga.

Kembali pada evaluasi, maka bentuk dari umpan balik yang diberikan oleh konsumen pasca keputusan antara lain:<sup>13</sup>

- a) Kecewa dengan produk, memberitahu orang lain untuk tidak menggunakan produk tersebut.
- b) Bersikap acuh tidak acuh terhadap produk, tidak bersedia membeli ulang (tidak puas).
- c) Pasif, menyukai produk namun tidak bersedia membeli ulang (*repurchasing*).

<sup>13</sup> Rudy Irwansyah. et., al, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), h. 117-118.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**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.

- d) Menyukai produk dan bersedia *repurchasing*.
- e) Menyukai produk, bersedia untuk *repurchasing*, dan ikut mempromosikan produk kepada orang lain (*raving fan*).

**c. Indikator keputusan pembelian**

Dimensi dari indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono menjelaskannya bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi enam sub keputusan sebagai berikut:<sup>1</sup>

1) Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Misalnya: kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.

2) Pilihan merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang keputusan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya: kepercayaan dan popularitas merek.

3) Pilihan penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang

akan dikunjungi. Setiap pembeli berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasaan tempat dan lain-lain. Misalnya: kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.

#### 4) Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau satu tahun sekali.

#### 5) Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli. Misalnya: kebutuhan akan produk.

### d. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor , baik berasal dari lingkungan (eskternal) maupun yang bersifat pribadi (internal). Keputusan pembelian konsumen dapat memberikan pengalaman

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

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

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



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang dapat mengubah perilaku konsumen dan pada akhirnya menimbulkan sikap dan kebutuhan baru, serta keputusan pembelian yang baru.<sup>14</sup>

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal yang bersifat pribadi, yang meliputi sumber daya konsumen, motivasi, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi. Perbedaan individu juga salah satu faktor internal yang berpengaruh pada perilaku.

##### a) Motivasi

Motivasi adalah kebutuhan, dan jika didorong ke tingkat intensitas yang cukup, hal tersebut menjadi motivasi. Motivasi muncul dalam diri individu, baik secara sadar atau tidak, dalam melakukan suatu perilaku untuk meraih tujuan yang ditentukan.

##### b) Pengetahuan

Informasi yang disimpan dalam ingatan seorang konsumen, seperti informasi tentang suatu produk akan mempengaruhi perilaku pembeliannya.

##### c) Sikap

Sikap merupakan penilaian, perasaan emosional dan kecenderungan seseorang untuk bertindak, terhadap suatu objek. Sikap juga dapat digambarkan sebagai ekspresi perasaan seseorang yang mencerminkan suka atau tidak Sukanya terhadap sesuatu.

##### d) Kepribadian

<sup>14</sup> Maylinda Gusti Pradiga dan Saino, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi z pada Produk Olahan Bandeng", Jurnal Manajemen Volume 14 No. 2, (2012), h. 223.

Kepribadian merupakan sekumpulan karakteristik yang menunjukkan bagaimana seseorang merespon situasi disekelilingnya, kepribadian juga dapat diartikan sebagai sifat-sifat yang membedakan individu satu dengan individu lainnya.

e) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat dan pendapatnya terhadap suatu objek.

f) Demografi

Demografi merupakan gambaran mengenai persebaran penduduk, terutama mengenai kelahiran, kematian, perkawinan, dan migrasi.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang berasal dari luar diri konsumen. Faktor eksternal meliputi harga, produk, lokasi dan promosi.

a) Harga

Harga merupakan seberapa besar pengorbanan (*Sacrifice*) yang diperlukan untuk membeli suatu produk sekaligus dijadikan sebagai *indicator level of quality*. Sedangkan menurut Kotler mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki suatu menggunakan barang dan jasa. Penentuan harga dalam suatu bidang usaha akan sangat penting,

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.

karena hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang harus diperhatikan.

b) Promosi

Menurut Babin mendefinisikan promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk/mengajak pembeli. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi merupakan cara khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk tujuan iklan dan pemasarannya.

c) Produk

Produk merupakan kumpulan atribut yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Produk adalah keseluruhan atribut yang ditawarkan kepada konsumen agar dapat menarik perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian konsumen.

d) Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana suatu produk dipasarkan dengan menyesuaikan perekonomian yang berubah-ubah. Lokasi yang mudah dijangkau maka semakin mudah konsumen untuk membeli produk tersebut.

e. **Keputusan Pembelian Konsumen dalam Islam**

Dalam islam sendiri dalam melakukan keputusan membeli produk diwajibkan untuk melakukan pembelian pada produk yang sudah

**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.

terjamin halal dan *toyyibah* (baik, bersih dan suci) dari bahan yang dikandung, pengolahannya harus baik serta aman dikonsumsi.

Seorang muslim pada saat melakukan keputusan pembelian sebuah produk harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dibeli tidak haram yaitu secara zatnya tidak haram dan cara mendapatkan tidak dengan cara yang haram.<sup>1</sup>

Aktivitas ekonomi menurut islam salah satu yang menciptakan masalah yang menuju fahalah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tidak dapat terlepas dari perspektif tersebut. Teori konsumsi ada karena teori permintaan akan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan dan kebutuhan oleh konsumen. Keinginan dalam islam identik dengan sesuatu yang bersumber pada nafsu. Teori permintaan yang biasanya berbentuk konsumsi dalam ekonomi dalam ekonomi islam didasari atas adanya kebutuhan bukan keinginan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Maidah ayat 100:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Katakanlah, tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik kamu hatimu, maka bertakwalah kepada Allah SWT agar kamu mendapat keberuntungan” (Q.S Al-Maidah:100)<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Q.S. Al Maidah (5) : 100.

Islam sudah mengajarkan bahwa sebaiknya memenuhi kebutuhan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, anatar yang baik baik dengan yang buruk tujuannya agar tidak menyesal dikemudia hari.

## B. Penelitian Terdahulu

Dalam beberapa literatur yang sudah ada, penulis melihat terhadap penelitian tentang *member card*, tetapi belum ada secara khusus meneliti tentang pengaruh diskon *member card* terhadap keputusan konsumen Allea Outfit Pekanbaru menurut ekonomi syariah.

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan dan persamaan	Hasil Penelitian
1	Riky Alfredo (2021)	Pengaruh Pemberian Diskon melalui <i>Member Card</i> terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Pelanggan yang Memiliki Kartu VIP Chandra Super Store Tanjung Karang Bandar Lampung)	Persamaan: Variabel X yaitu sama-sama pengaruh pemberian potongan harga melalui <i>member card</i> Perbedaan: Variabel Y yaitu loyalitas konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara diskon melalui <i>member card</i> (X) terhadap loyalitas Pelanggan (Y) pada pelanggan Chandra Superstore Tanjung Karang Bandar Lampung
2	Veti Andriani (2018)	Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga melalui <i>Member Card</i> terhadap Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study pada Mall Ramayana Tanjung Karang	Persamaan: Variabel X yaitu sama-sama pengaruh pemberian potongan harga melalui <i>member card</i> Perbedaan: Variabel Y yaitu loyalitas konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu potongan harga melalui <i>member card</i> (X) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas Konsumen (Y)
3	Muhammad Zen (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Program Membership Card terhadap Loyalitas	Persamaan: Variabel $X_2$ yaitu pengaruh membership card	Hasil penelitian menunjukkan bahwa program membership card berpengaruh

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan dan persamaan	Hasil Penelitian
		Pelanggan International Futsal Panam Pekanbaru	Perbedaan: Variabel $X_1$ yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu loyalitas pelanggan	negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
4	Fahriansyah Fachriel	Pengaruh Diskon dan Kartu Member terhadap Niat Beli Konsumen (Kasus pada Matahari Department Store Jayapura)	Persamaan: Variabel X yaitu sama-sama pengaruh diskon dan <i>member card</i> Perbedaan: Variabel Y yaitu niat beli konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penawaran diskon dengan niat beli konsumen, dan juga tidak adanya pengaruh yang signifikan antara penawaran <i>member card</i> dengan niat beli konsumen
5	Serli Wijaya	Implementasi Membership Card dan Pengaruhnya dalam meningkatkan Loyalitas Pengunjung Restoran Surabaya	Persamaan: Variabel $X_2$ yaitu pengaruh Membership card Perbedaan: Variabel $X_1$ yaitu implementasi Membership Card, dan variabel Y yaitu loyalitas pengunjung	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh dalam implementasi membership card dalam meningkatkan loyalitas pengunjung



Berdasarkan teori yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa dalam penelitian ini dapat dilihat hubungan antara variabel diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen menurut ekonomi islam, yaitu sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
**Kerangka pemikiran**



#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Penggunaan hipotesis dalam suatu penelitian didasarkan pada masalah atau tujuan penelitian.<sup>1</sup>

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan hipotesis nilai ( $H_0$ ) sebagai berikut:

1.  $H_0$ : Tidak ada pengaruh Diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru
2.  $H_a$  : Ada pengaruh Diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*), pada konsumen Allea Outfit Pekanbaru yang mempunyai *member card*.

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan penelitian. Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini, yaitu di Jl. Delima No. 11, Allea Outfit Kota Pekanbaru. Alasan memilih Allea Outfit sebagai penelitian dikarenakan berbagai alasan, diantaranya adalah sebagai berikut: karena Allea Outfit merupakan toko/usaha ritel yang menerapkan *member card*.

#### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen Allea Outfit yang mempunyai *member card*, sedangkan objek penelitian adalah objek penelitian adalah pengaruh diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru menurut ekonomi syariah.

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah subjek yang secara keseluruhan digunakan untuk penelitian. Populasi ada kalanya terbatas dan ada kalanya tidak terbatas. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang

#### 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.

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh konsumen Allea Outfit di Kota Pekanbaru yang memiliki *member card* yang berjumlah sekitar 276 orang dan 1 orang manajer serta Owner Allea Outfit Pekanbaru terhitung sejak tahun 2019 - Oktober 2022.<sup>16</sup>

#### Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan sampel yang digunakan maka dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan nilai persisi 10% adalah sebagai berikut:<sup>1</sup>

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

#### Keterangan:

- n : Anggota/unit sampel  
 N : Jumlah populasi  
 e : error yang ditoleransi (0,1 atau 10%)

berdasarkan teknik Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2781}{1 + 276(0,1)^2}$$

$$n = 2783,76$$

$$n = 73,93$$

$$n = 74$$

<sup>16</sup> Sinta, Manajer Allea Outfit, *wawancara*, Pekanbaru, 07 Oktober 2022.

Setelah melihat hasil perhitungan dari pengambilan sampel, penulis menetapkan jumlah sampel 74 responden. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang lebih spesifik.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling purposive, adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>17</sup> Karakteristik responden yang dapat dijadikan sampel adalah konsumen yang mempunyai *member card*.<sup>1</sup>

## E. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber dalam hal ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. identitas responden dan pendapat responden tentang pengaruh harga diskon melalui *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru menurut ekonomi syariah.

### b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah di kumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui perpustakaan, jurnal dan hasil ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian tentang pengaruh diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru menurut

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung:ALFABETA, 2014), h. 82.

ekonomi syariah.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dari berbagai keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, penelitian menggunakan teknik sebagai berikut:<sup>18</sup>

### a. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Setelah tempat penelitian diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Kemudian peneliti mengidentifikasi siapa yang akan diobservasi, kapan, berapa lama dan bagaimana.

Observasi juga berarti peneliti berada bersama partisipan. Jadi peneliti bukan hanya sekedar numpang lewat. Berada bersama akan membantu peneliti memperoleh banyak informasi yang tersembunyi dan mungkin tidak terungkap selama wawancara.

### b. Wawancara

Interviu yang sering disebut dengan wawancara kuesioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interview) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (interviewer).<sup>1</sup> Wawancara dilakukan baik pada pihak terkait yaitu Manajer dan Owner Allea Outfit maupun pada konsumen yang mempunyai *member card* guna mendapatkan

<sup>18</sup> Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), h. 112.

informasi yang jelas yang berhubungan dengan pengaruh diskon *member card* dalam terhadap meningkatkan keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru.

#### c. Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data, instrumennya disebut sesuai dengan nama metodenya. Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis, tujuannya untuk memperoleh informasi responden tentang apa yang ia alami dan ketahuinya.<sup>19</sup> Dengan menyebarkan pernyataan atau kuesioner kepada responden yang tinggal di Kota Pekanbaru . Pembagian kuesioner bertujuan untuk mengetahui pendapat responden mengenai pengaruh *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit menurut ekonomi syariah.

#### d. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya momentual dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), cerita, biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.<sup>1</sup>

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

<sup>19</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Op., Cit*, h. 75.

**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.

deskriptif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penggambaran yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status atau gejala mengenai status atau gejala mengenai populasi atau daerah tertentu, atau menentukan fakta berdasarkan cara pandang (kerangka berpikir tertentu pada saat penelitian dilakukan).<sup>20</sup>

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata berikut ini beserta skor atas jawabannya:<sup>1</sup>

- a. Sangat setuju diberi skor 5
- b. Setuju diberi skor 4
- c. Netral diberi skor 3
- d. Tidak setuju diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju diberi skor 1

Sedangkan yang dimaksud dengan analisis kuantitatif adalah yang dimana sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan

<sup>20</sup> Abdullah, *Berbagai Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*, (Sampata-Gowa: CV. Gunadarma Ilmu, 2018), h. 1.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

dari hasilnya.<sup>21</sup> Dimana teknik analisis ini dimaksudkan untuk melihat apakah ada Pengaruh diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit Pekanbaru menurut ekonomi syariah. Yang dimana dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden yang mempunyai *member card*, maka perlu pengolahan data dengan menggunakan program SPSS. Dimana analisis yang digunakan adalah analisis statistik regresi linier sederhana.

1. Uji Instumen Data
  - a. Uji Validitas

Dalam uji validitas, setiap pertanyaan/pernyataan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pertanyaan/pernyataan dengan total/jumlah keseluruhan tanggapan yang digunakan dalam setiap variabel. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan Nilai r hitung (Pearson Correlation) dengan nilai r tabel. Nilai r hitung (Pearson Correlation) ini nantinya akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan r hitung (Pearson Correlation) terhadap nilai r tabelnya.

Dalam menentukan nilai r hitung, digunakan nilai yang tertera pada baris Pearson Correlation. Sedangkan untuk menentukan nilai r tabel, pada kolom df digunakan rumus  $N-2$ , dimana N adalah banyaknya

<sup>21</sup> Suharsimi Arikunto, *Op., Cit*, h. 12.



responden. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrument penelitian dikatakan valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrument penelitian dikatakan invalid.<sup>1</sup>

b. Uji Reliabilitas

Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas yang dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan taraf signifikansi yang digunakan. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika nilai Cronbach's alpha  $>$  taraf signifikansi, maka dikatakan reliabel.
- Jika nilai Cronbach's alpha  $<$  taraf signifikansi maka dikatakan tidak reliabel.<sup>22</sup>

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data untuk semua variabel dalam penelitian ini mengikuti pola distribusi normal atau tidak dan data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika datanya berdistribusi normal maka biasa menggunakan metode analisis statistik parametrik, tetapi jika datanya tidak berdistribusi normal maka menggunakan metode non statistik non parametrik. Pengujian normalitas dilakukan dengan Teknik

---

<sup>22</sup> Ibid, h. 17.

Kolmogorov-Smirnov yang didukung dengan grafik P-Plot of Regression Standardized Residual dan Jarque-Bera dengan kriteria untuk signifikansinya  $> 0,05$ . Jika  $> 0,05$  data berdistribusi normal, jika  $< 0,05$  data tidak berdistribusi normal.<sup>1</sup>

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>23</sup>

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Regresi linear dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu regresi linier sederhana dan linier berganda. Regresi sederhana adalah persamaan regresi yang menggambarkan dan menjelaskan pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana hubungan keduanya dapat digambarkan sebagai suatu garis lurus. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>1</sup>

$$Y = a + bx + e$$

<sup>23</sup>*Ibid*,h.118

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

#### 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.

Keterangan:

- Y : Nilai yang diprediksikan  
 X : Nilai Variabel independen  
 a : Konstanta  
 b : Koefisien regresi  
 e : Variabel lain yang tidak diteliti

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen (terikat) adalah keputusan pembelian konsumen dan variabel independen (bebas) adalah harga diskon melalui *member card*.

#### b. Uji Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial per variabel bebas (independent) terhadap variabel terikatnya (dependen). Nilai T yang diperoleh dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada tabel distribusi dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 dan  $df+n-k$ , Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{value} < \alpha$  maka:
  - a)  $H_a$  diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan
  - b)  $H_o$  ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{value} > \alpha$  maka:
  - a)  $H_a$  ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
  - b)  $H_o$  diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan<sup>24</sup>

<sup>24</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok – Pokok Materi Statistik 1 Deskriptif*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2013), Cet. Ke-9, h. 270.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

d. Uji Korelasi

Uji korelasi merupakan uji yang bertujuan untuk memahami hubungan Variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Teknik korelasi ini digunakan untuk membuktikan hubungan variabel bila data variabel berbentuk interval atau rasio dan sumber datanya sama. Penafsiran terhadap besar atau kecil koefisien korelasi yang diperoleh dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman pada ketentuan tertentu yang dapat dilihat pada tabel berikut:<sup>1</sup>

**Tabel. 3.1**

**Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi**

No.	Interval Nilai	Kekuatan Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2.	0,20 - 0,399	Rendah
3.	0,40 - 0,599	Sedang
4.	0,60 - 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**H. Definisi Operasional Variabel**

**Tabel. 3.2**

Variabel	Definisi	Indikator
Diskon	Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli, misalnya membayar tagihan lebih cepat, membeli dalam jumlah besar, atau membeli diluar musim atau periode permintaan puncak.  <b>Sumber: Novita Sari Nainggolan (2020:56)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Besarnya potongan harga</li> <li>2. Masa potongan harga</li> <li>3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga</li> </ul> <b>Sumber: Siska Hastari Yulfita Aini (2020:122)</b>
Keputusan Pembelian	Proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.  <b>Sumber: Yenny Arfah (2022:4)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah pembelian</li> </ul> <b>Sumber: Meithiana Indrasari (2019:74)</b>

**I. Sejarah Singkat Berdirinya Allea Outfit Pekanbaru**

Allea Outfit adalah suatu toko usaha fashion atau ritel yang menjual berbagai macam outfit wanita mulai dari jilbab, baju, celana, rok, sandal, tas dan lain sebagainya. Usaha ini didirikan oleh Pak Bobby Andimi Pratama pada tahun 2019. Pada awal tahun 2019 karena pak Bobby hampir lulus kuliah, dan beliau tidak ingin bekerja dan kepikiran untuk membuka usaha. Pak Bobby mencari ide usaha – usaha yang bagus dan kebetulan mempunyai teman juga yang bergerak dibidang fashion.

Kemudian sambil memikirkan ide usaha, Pak Bobby bertemu dan mengobrol bersama temannya mengenai usaha fashion tersebut. Setelah beberapa kali mengobrol dan berdiskusi, beliau memutuskan untuk membuka usaha yang bergerak sama- sama dibidang fashion. Dan setelah melakukan survey lokasi, ternyata Pak Bobby memutuskan untuk membuka usaha di Pekanbaru.

Pada tanggal 15 September 2019, Pak Bobby secara resmi membuka toko usaha fashion yang di beri nama Allea Outfit. Toko Allea Outfit beralamat di Jl. Melati Indah no. 5 C, (50 m dari lampu merah delima). Dengan perkembangan yang baik dan begitu pesat, pada sekitar akhir tahun 2022 toko Allea Outfit pindah ke Jl. delima didepan phd Panam. Toko Allea Outfit menjadi luas dan tentunya semakin banyak produk outfit yang dijual.

Allea Outfit setiap harinya buka dari jam 09.00 pagi hingga malam jam 22.00 malam. Lalu keunggulan Allea Outfit dari yang lain yaitu menerapkan adanya *member card* bagi konsumen agar mendapatkan banyak potongan harga dalam berbelanja.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Hasil penelitian dari pengaruh diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen dapat dilihat dari persamaan regresi  $Y = 1.949 + 0.422 X$ , yang dimana berarti terdapat pengaruh yang positif antara diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan koefisien determinan R Square yaitu sebesar 0, 563. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel diskon *member card* (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar 56,3 %. Sedangkan sisanya sebesar 43,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan dari hasil uji t diperoleh  $t_0 = 9.633 > t_\alpha = 1.993$  dengan taraf signifikan 5 % yang berarti bahwa  $H_a$  diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen Allea Outfit menurut ekonomi syariah.
2. Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh pemberian diskon *member card* terhadap keputusan pembelian konsumen telah sesuai syariat islam. Dan pada dasarnya hukum pemberian diskon dalam islam diperbolehkan, akan tetapi harus terhindar dari riba, penipuan, madharat, sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## B. SARAN

Adapun saran – saran yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepada Allea Outfit agar dapat selalu menerapkan diskon *member card* agar konsumen mendapatkan banyak potongan harga, dan kepada konsumen supaya membuat kartu member agar mendapatkan banyak diskon.
2. Semoga peneliti selanjutnya perlu menambahkan variabel lain untuk memperluas penelitian ini, yang dapat mengarah pada penelitian yang lebih detail.

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





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdullah. *Berbagai Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*. Samata-Gowa: CV. Gunadarma Ilmu, 2018.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*, Pacangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006.
- Basuki, Agus Tri. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Djohan, Agustinus Johanes. *Manajemen & Strategi Pembelian*, Malang: Media Nusa Creative.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok – Pokok Materi Statistik 1 Deskriptif*. Jakarta: PT Bumi Askara, 2013 Cet. Ke-9.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Irwansyah, Rudi. et., al. *Perilaku Konsumen*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muhammad, Abdulllah bin dan Abdurahman bin Ishaq Al-Sheikh. *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*. Bogor:Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2003.
- R. Semiawan, Conny. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2010
- Rahmawati, Ita. Et., al. *Faktor Diskon, Bonus Pack, dan In Store Display Serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Implusif*, Jombang: LPPM, 2020.
- Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2022.



### 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

### B. Jurnal

- Sugono, Dendy. *“Kamus Besar Bahasa Indonesia”*. Jakarta: Pusat Bahasa. 2008.
- Sumar<sup>in</sup>. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Afida, Afibatus dan M. Taufiq Zamzami. “Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Volume. 04 No.02, Desember,2020.
- Fajarwati, Selly Intan et.al., “Analisis Jual Beli dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi” *Jurnal* Volume. 5 No. 2, 2019.
- Fajarwati,, Selly, et.al., “Analisis Jual Beli dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi” *Jurnal* Volume. 5 No. 2, 2019.
- Khadafi, Muammar, et.al., “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon dengan Mark Up Terlebih Dahulu”, *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* Volume. 1 No. 1.
- Nabri ,Azmi Faizah dan Irvan Iswandi, “Praktik Penggunaan *Member Card* dalam Transaksi Jual Beli ditinjau dari Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi Kasus di Griya Mart Haurgeulis, Indramayu)”, *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi* Volume.1 No.05, Desember 2022.
- Nainggolan, Novita Sari. “Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan”, *Jurnal Ekonomi USI* Volume.2 No.1, 2020.
- Ridwan, Muhammad, et.al., “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal j-EBIS* Volume. 3 No. 2, Juni, 2018.
- Santoso, Johan dan Nugroho Alamjaya Sutjipo. “Persepsi Konsumen Terhadap Membership Card Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Di Narita Hotel Surabaya”, *Volume. 1. No. 1*, 2013.
- Utami , Siska Hastari dan Yulfita Aini. “ Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Alfamart Kota tengah



**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

Kecamatan Kepenuhan” Volume. 2, No. 1, 2020.

**C Skripsi**

Hanafi, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon*”, Disertasi: UIN Malang, 2012.

Lita, Elga. “*Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Pemberlakuan Potongan Harga bagi Pemilik Kartu Member pada Ratu Paksi Pekanbaru*”, Disertasi: UIN Suska Riau, 2013.

Stevano, Tan Danny. *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Membership Card Oriflame terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kosmetika Oriflame di Yogyakarta*”, Disertasi: Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2012.

Syamsul. “*Member Card dalam Transaksi Jual Beli di Mini Market Kecamatan Soreang Kota Parepare*”, Disertasi: IAIN Parepare, 2018).

**D. Website**

“*Arti Kata Keputusan menurut KBBI*”, <http://jagokata.com/arti-kata/keputusan.html>, (diakses pada 15 November, pukul 13.50).

“*Arti Kata Pembelian di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*”, <https://kbbi.lektur.id/pembelian>, (diakses pada 15 November, pukul 13.55).

## LAMPIRAN

Daftar Wawancara Bersama Owner Allea Outfit

1. Bagaimana sejarah berdirinya Allea Outfit atau bagaimana profil singkatnya?
2. Bagaimana prosedur untuk mendapatkan member card di Allea Outfit?
3. Apa saja keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dalam penerapan diskon melalui member card?
4. Ada berapa jenis diskon yang diterapkan pada Allea Outfit?
5. Bagaimana tentang manajemen perusahaan (berapa karyawan dan jam kerja)?
6. Barang yang mempunyai kriteria seperti apa yang akan diberlakukan diskon melalui member card?

### 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.



(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

## KUESIONER PENELITIAN

### Pengaruh Diskon Member Card terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Oufit menurut Ekonomi Syariah

#### Identitas Responden

Nama :  
 Usia :  
 Jenis Kelamin : a. Perempuan b. Laki-laki  
 Hari/Tanggal :  
 Berapa lama menggunakan Member Card :

#### Petunjuk Pengisian

- Responden dimohon mengisi identitas responden sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner.
- Responden dimohon mengisi kuesioner dengan menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan
- Berikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Predikat	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TTS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

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

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

## DAFTAR PERTANYAAN

### Variabel X (Diskon Member Card)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya senang atas diskon yang diberikan melalui member card pada semua produk sebesar 2%-70%					
2	Saya senang atas besarnya pemberian diskon yang diberikan melalui member card di Allea Outift					
3	Besarnya diskon yang diberikan melalui member card merupakan salah satu alasan yang melatarbelakangi saya untuk membeli produk yang ditawarkan di Allea Outfit					
4	Saya senang Allea Outfit sering mengadakan diskon melalui member card					
5	Saya senang Allea Outfit sering mengadakan diskon melalui member card pada hari-hari tertentu atau bulan-bulan tertentu.					
6	Saya senang Allea Outfit mengadakan diskon melalui member card dengan waktu yang diberikan ± minggu					
7	Saya senang produk yang didiskon merupakan produk yang baru					
8	Saya senang Allea Outfit memberikan diskon melalui member card hanya pada jenis item produk-produk tertentu saja					
9	Item produk yang mendapatkan diskon melalui member card sesuai dengan harapan saya					
10	Item produk yang didiskon melalui member card sesuai dengan kebutuhan saya.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

(dokumentasi beberapa produk Allea Outfit)

**Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen)**

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Kualitas produk yang didiskon mempengaruhi keputusan pembelian saya di Allea Outfit					
2	Jenis produk yang didiskon memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian saya di Allea Outfit					
3	Saya tetap memilih membeli di Allea Outfit meskipun muncul tempat perbelanjaan lain yang sama-sama memberikan diskon melalui member card					
4	Saya akan membeli ulang produk yang di diskon melalui member card di masa yang akan datang					
5	Saya melakukan pembelian produk di Allea Outfit sesuai dengan jumlah kebutuhan saat itu dengan menggunakan member card agar mendapatkan diskon					

(Terima kasih kepada responden karena telah mengisi kusioner dan meluangkan waktunya, semoga sehat terus yaa)

**Lampiran Rekapitulasi Jawaban Responden**

NO RESP	DISKON MEMBER CARD (X)										Total X
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	4	4	5	4	3	3	4	1	3	3	34
2	4	5	4	4	4	3	3	2	2	2	33
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	36
5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	42
6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
7	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	35
8	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	45
9	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
10	4	4	3	4	1	2	4	2	3	3	30
11	4	4	5	4	1	2	3	1	3	3	30
12	4	4	3	3	5	1	5	1	3	3	32
NO RESP	DISKON MEMBER CARD (X)										Total X
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10		
13	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	32

- 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.

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)



**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.

14	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	46
15	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	44
16	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	44
17	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	42
18	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
19	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
20	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
21	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	42
22	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
23	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	46
24	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
25	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	35
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
27	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
28	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	44
29	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
30	4	5	5	4	3	3	5	2	5	5	41
31	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	37
32	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
33	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	45
34	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	38
35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
36	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	36
37	4	4	4	5	1	2	4	1	4	4	33
38	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
39	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	37
41	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	37
42	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
43	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
44	4	4	3	4	4	4	5	2	4	4	38
45	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	45
46	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	44
47	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	42
48	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
49	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	42
50	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
51	4	4	3	4	5	2	4	3	2	4	35
52	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	45
53	5	3	4	5	3	4	4	4	2	5	39
54	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44



(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)



**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.

55	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44
56	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	42
57	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	36
58	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
59	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	47
60	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	40
61	5	5	4	5	4	2	5	3	4	4	41
62	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
63	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	39
64	4	4	4	4	3	3	5	1	3	3	34
65	4	4	4	4	3	3	4	1	3	3	33
66	4	4	3	5	3	3	4	1	3	3	33
67	5	4	3	4	4	4	4	1	2	2	33
68	4	4	3	5	3	3	3	3	3	4	35
69	5	3	3	4	2	1	4	3	3	4	32
70	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
72	4	4	4	4	3	2	4	5	4	4	38
73	4	4	4	4	3	2	4	5	4	4	38
74	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47

NO RESP	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)					Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	3	4	2	2	15
2	4	3	4	2	4	17
3	5	5	5	5	5	25
4	3	5	3	2	4	17
5	5	5	3	4	4	21
6	4	4	3	4	4	19
7	4	4	4	3	4	19
8	5	4	4	4	5	22
9	4	4	3	3	4	18
10	3	3	3	3	3	15
11	4	4	1	2	2	13
12	4	4	1	3	2	14
13	4	2	1	2	4	13
14	5	5	4	4	5	23
15	5	5	5	2	5	22
16	5	4	4	5	4	22
17	4	3	5	4	4	20

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)



**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.

18	4	3	4	4	4	19
19	4	4	2	3	4	17
20	5	5	4	5	4	23
21	5	4	3	4	4	20
22	5	4	3	4	4	20
23	5	4	5	4	5	23
24	5	4	5	4	5	23
25	5	4	3	4	4	20
26	3	4	3	4	4	18
27	5	5	4	4	4	22
28	5	5	4	4	4	22
29	5	4	3	4	5	21
30	4	5	4	2	5	20
31	4	4	2	4	4	18
32	4	3	4	4	4	19
33	5	5	4	5	4	23
34	4	4	3	4	4	19
35	5	5	3	5	4	22
36	4	4	4	3	3	18
37	4	4	3	2	2	15
38	5	5	4	5	4	23
39	5	4	4	4	4	21
40	5	4	2	4	4	19
41	4	4	2	4	4	18
42	5	4	4	4	4	21
43	5	4	3	5	5	22
44	5	4	3	4	4	20
45	5	5	5	4	4	23
46	5	4	3	4	3	19
47	4	4	4	4	4	20
48	3	3	3	3	4	16
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	5	3	3	5	20
52	4	4	4	4	4	20
53	5	3	4	4	5	21
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	3	4	3	5	19
57	4	5	3	3	4	19
58	4	4	4	4	5	21

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

©

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

59	5	5	5	4	4	23
60	5	4	4	5	5	23
61	4	3	4	4	4	19
62	5	4	4	4	5	22
63	5	5	4	5	5	24
64	3	3	4	2	2	14
65	4	4	3	4	2	17
66	4	4	2	4	4	18
67	4	4	2	3	3	16
68	5	5	4	3	4	21
69	4	4	1	2	2	13
70	5	5	5	4	4	23
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	3	5	5	23
73	4	4	2	4	4	18
74	3	3	4	4	3	17

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.

**Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas**

**1. Variabel Diskon Member Card (X)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	35.46	20.005	.552	.785
X2	35.62	20.047	.523	.786
X3	35.92	19.856	.413	.793
X4	35.64	20.701	.357	.798
X5	36.07	17.954	.454	.791
X6	36.32	18.469	.422	.794
X7	35.68	19.674	.469	.788
X8	36.62	16.485	.532	.784
X9	36.03	16.821	.676	.759
X10	35.92	18.158	.567	.775

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	10

### 2. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	15.23	5.659	.609	.645
Y2	15.51	6.061	.390	.710
Y3	16.12	5.095	.401	.724
Y4	15.89	5.057	.529	.658
Y5	15.62	5.115	.558	.646

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	5

Lampiran Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73016711
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.052
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

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

Lampiran Uji Heteroskedastisitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.949	1.845	1.057	.294
	Diskon Mmber Card	.442	.046	.750	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Lampiran Regresi Linear Sederhana

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.949	1.845	1.057	.294
	Diskon Member Card	.442	.046	.750	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Lampiran Uji T

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.949	1.845	1.057	.294
	Diskon Member Card	.442	.046	.750	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Lampiran Uji (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 <sup>a</sup>	.563	.557	1.869

a. Predictors: (Constant), Diskon Member Card

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

Lampiran Tabel Karakteristik Responden

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	16-20	10	13.5	13.5	13.5
	21-25	56	75.7	75.7	89.2
	26-30	6	8.1	8.1	97.3
	31-35	2	2.7	2.7	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

		Lama Menggunakan Member Card			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	<1	40	54.1	54.1	54.1
	1-2	30	40.5	40.5	94.6
	>3	4	5.4	5.4	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SMA	3	4.1	4.1	4.1
	D3/S1	52	70.3	70.3	74.3
	lain-lain	19	25.7	25.7	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

		Pendapatan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< Rp. 500.000	20	27.0	27.0	27.0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	33	44.6	44.6	71.6
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	13	17.6	17.6	89.2
	> Rp. 2.000.000	8	10.8	10.8	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

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

(dokumentasi beberapa produk Allea Outfit)

Data SPSS. 2025

## Lampiran Dokumentasi

(member card Allea Outfit)



(dokumentasi bersama Owner dan Kasir Allea Outfit)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

of Sultan Syarif Kasim Riau

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

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

© Hal

(dokumentasi bersama beberapa responden yang mempunyai member card )

### 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.



(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)



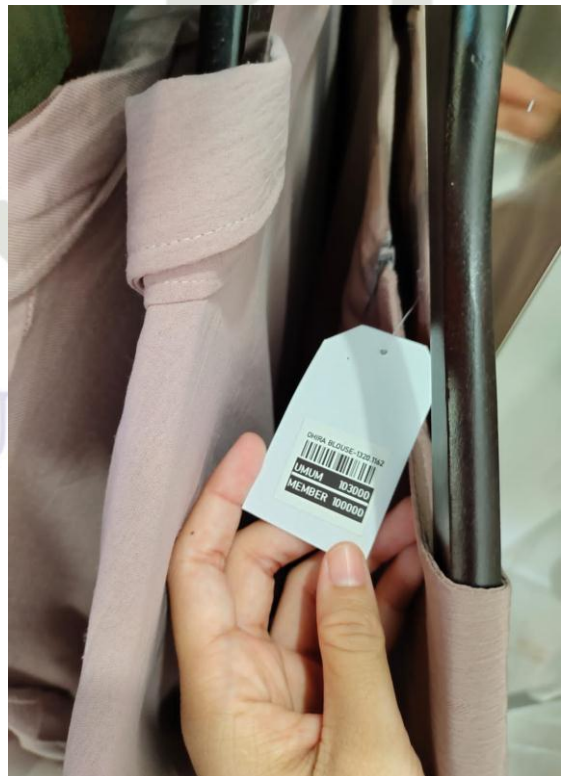


(dokumentasi beberapa produk Allea Outfit)

© Ha

#### 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.



Kasim Riau

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

Ha  
1.  
2.  
©



Ria  
nya  
didi  
yang  
k se



outk  
nyus  
bent



Riau  
an.

(dokumentasi beberapa produk Allea Oufit)

Hal  
1.1  
2.1  
2.2

2. Lintang yang ini merupakan salah satu jenis perhiasan yang sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifudin Al-Hindiyah 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.

**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.

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung



**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 dimiliki UIN Suska Riau

**PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : VIONA LESTARI  
 NIM : 11920521219  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Rabu/ 24 Mei 2023  
 Waktu : 08.00 WIB  
 Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

**Pekanbaru, 29 Mei 2023**

**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Jenita, SE.,MM**

Sekretaris  
**Rozi Andrini, ME**

Penguji I  
**Narhasanah, SE., MM**

Penguji II  
**Madona Khairunisa, M.E.Sy**

Mengetahui:  
 Kabag T.U  
 Fakultas Syariah dan Hukum

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

UIN SUSKA RIAU



# 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

## SURAT KETERANGAN

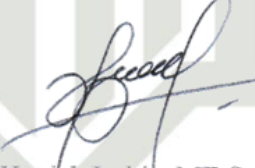
Penyelola *Journal of Sharia and Law*, dengan ini menerangkan bahwa ;

- : Viona Lestari
- : [vionalestari03@gmail.com](mailto:vionalestari03@gmail.com)
- : **PENGARUH DISKON MEMBER CARD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ALLEA OUTFIT MENURUT EKONOMI SYARIAH**
- : Dr. Jenita, SE., MM
- : Basir, SHL., MH

Penyela 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.

Sehubungan dengan demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 10 April 2023  
 An. Pimpinan Redaksi

  
 Hanah Lubis, ME.Sy  
 NIP. 198311072019032004

UIN SUSKA RIAU

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



**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bobby Andimi Pratama S.T  
 Jabatan : Owner Allea Outfit

Demikian ini menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Viona Lestari  
 NIM : 11920521219  
 Prodi : Ekonomi Syariah  
 Instansi : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

telah selesai melakukan penelitian di Allea Outfit Jl. delima didepan phd Panam. Terhitung mulai tanggal s/d untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan. Skripsi penelitian yang berjudul **“Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Menurut Ekonomi Syariah”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Pekanbaru, 10 April 2023

Bobby Andimi Pratama S.T  
 Owner Allea Outfit

© 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.





**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

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

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

No. : Um.04/F.I/PP.01.1/11205/2022

Pekanbaru, 23 November 2022

Peringkat : Penting

Judul : **Pembimbing Skripsi**

Kepada  
 Yth. 1. Dr. Jenita, SE., MM Pemb. I Materi  
 2. Basir, SHI., MH  
 Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum  
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
 Pekanbaru

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ  
 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	VIONA LESTARI
NIM	11920521219
Jurusan	Ekonomi Syariah S1
Judul Skripsi	Pengaruh diskon member card terhadap keputusan pembelian konsumen allea outfit menurut ekonomi syariah
Waktu Membimbing	Maksimal 6 bulan (23 November 2022 - 23 Mei 2023)

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



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Un.04/F.I/PP.00.9/201/2023  
 Biasa  
 1 (Satu) Proposal  
**Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 09 Januari 2023

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 : VIONA LESTARI  
 NIM : 11920521219  
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
 Semester : VII (Tujuh)  
 Lokasi : Allea Outfit, Jl. Delima No.11 Panam

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit 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.



*Dr. Zulkifli, M.Ag*  
 NIP.19741006 200501 1 005

Tembusan  
 Rektor 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

Un.04/F.I/PP.00.9/201/2023

Pekanbaru,09 Januari 2023

Biasa

(Satu) Proposal

Mohon Izin Riset

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 : VIONA LESTARI  
NIM : 11920521219  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VII (Tujuh)  
Lokasi : Allea Outfit, Jl. Delima No.11 Panam

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
:Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit  
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.



a.n. Rektor  
Dekan  
Dr. Zulkifli, M.Ag  
NIP.19741006 200501 1 005

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Diilangungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

embusan :  
Rektor UIN Suska Riau

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



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

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

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/52668  
 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 : UIN/04F.II/PP.00.9/201/2023 Tanggal 9 Januari 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

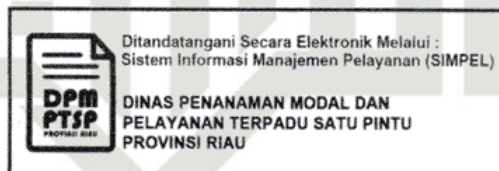
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : VIONA LESTARI  |
| 2. NIM / KTP         | : 11920521219  |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH DISKON MEMBER CARD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ALLEA OUTFIT MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : ALLEA OUTFITE, JL. DELIMA NO. 11 PANAM   |

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 : 12 Januari 2023



**Tembusan :**  
 Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru  
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Berhubungan

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

Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



© Hak

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.

### RIWAYAT PENULIS



**Viona Lestari** , dilahirkan di Tembilahan, pada tanggal 21 Mei 2001. Anak Kedua dari pasangan Junaidi dan Nurhayati . Bersekolah di SDN 023 Tembilahan lalu melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Tembilahan Hulu dan

MAN 01 Indragiri Hilir ,kemudian penulis melanjutkan Strata Satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada tahun 2022, Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kecamatan Bandar Laksamana tepatnya di Desa Api-api dan pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan mengikuti ujian Munaqasah dan berhak menyangand gelar Serjana Ekonomi (S.E) dibawah bimbingan Ibu Dr. Jenita, SE,.MM dan Bapak Basir, SHI, MH. Dengan judul “ PENGARUH DISKON MEMBER CARD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ALEA OUTFIT MENURUT EKONOMI SYARIAH”

UIN SUSKA RIAU