

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 PROMOSI, HARGA DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMAAH UMRAH
DAN HAJI PADA AET TRAVEL CABANG 50 KOTA
PAYAKUMBUH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI
SYARIAH**

TESIS

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister
Ekonomi (M.E.) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH

MOHAMMAD FILBERT MUSNAL

NIM. 22090312882

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
1444 H/2023M**



KEMENTERIAN AGAMA RI
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id> Email : pasca@uin-suska.ac.id

Lembaran Pengesahan

Judul : Mohammad Filbert Musnal
Nomor Induk Mahasiswa : 22090312882
Jenjang Akademik : M.E.(Magister Ekonomi)
Judul : Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji Pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Tim Penguji

Dr. Trian Zulhadi, SE., M.Ec.
 Ketua / Penguji I

Dr. Hj. Herlinda, MA.
 Sekretaris / Penguji II

Dr. Budi Azwar, S.E.,M.Ec.
 Penguji III

Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh.Ec.
 Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan : 18 Juli 2023

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.



PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Tim Penguji Tesis, mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul “**Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji Pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**” yang ditulis oleh saudara:

Nama : Mohammad Filbert Musnal
NIM : 22090312882
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai saran Tim Penguji Tesis Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang telah diujikan pada tanggal 18 Juli 2023.

Penguji I

Dr. Budi Azwar, SE., M.Ec
NIP. 197108091999031004


Tgl, 18 Juli 2023

Penguji II

Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh Ec
NIP. 197303072007011032


Tgl, 18 Juli 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


Dr. Trian Zulhadi, S.E.,M.Ec
NIP. 19760211007101002

- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Tim Pembimbing Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji Pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”** yang ditulis oleh Saudara.

Nama : Mohammad Filbert Musnal
NIM : 22190324701
Program : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang telah diujikan pada tanggal 18 Juli 2023.

Pembimbing I,

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
NIP. 19760211007101002

Tgl, 18 Juli 2023.

Pembimbing II,

Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh Ec
NIP. 197303072007011032

Tgl, 18 Juli 2023.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
NIP. 19760211007101002



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

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku pembimbing Tesis, dengan ini menyetujui bahwa Tesis yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Jamaah Umrah dan Haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”** yang ditulis oleh:

Nama : Mohammad Filbert Musnal
 NIM : 22090312882
 Program Studi : Ekonomi Syariah

untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah Tesis pada Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Tanggal: 14 Juni 2023
 Pembimbing I,

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 197602112007101002

Tanggal: 14 Juni 2023
 Pembimbing II,

Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh Ec
 NIP. 197303072007011032

Mengetahui,
 Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 197602112007101002

UIN SUSKA RIAU



Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
 DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudara
 Mohammad Filbert Musnal

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Di -
 Pekanbaru

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

Nama : Mohammad Filbert Musnal
 NIM : 22090312882
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
 Judul Tesis : **Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, Juni 2023

Pembimbing I (Utama),

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 197602112007101002

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.

Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh Ec
 DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS
 Perihal : Tesis Saudara
 Mohammad Filbert Musnal

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Di -
 Pekanbaru

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

Nama : Mohammad Filbert Musnal
 NIM : 22090312882
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
 Judul Tesis : **Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Jamaah Umrah dan Haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 14 Juni 2023

Pembimbing II (Pendamping),


Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh Ec
 NIP. 197303072007011032

UIN SUSKA RIAU



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Mohammad Filbert Musnal**
 Tempat / Tgl Lahir : **Pekanbaru, 14 September 1996**
 NIM : **22090312882**
 Program Studi : **S2 Ekonomi Syariah**
 Fakultas / Universitas : **Pascasarjana/UIN Sultan Syarif Kasim Riau**
 Judul Tesis : **Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Jamaah Umrah dan Haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Penulisan Tesis sebagaimana judul diatas adalah hasil dari pemikiran dan karya saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya saya ini sudah disebutkan sumbernya sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari penulisan Tesis ini bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 19 Juni 2023
 Saya yang menyatakan,



Mohammad Filbert Musnal
NIM. 22090312882

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki 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.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah Swt Tuhan sekalian alam yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa dikirimkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari masa jahiliyah ke masa terang benderang seperti saat ini, sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman, Islam, dan Ukhuwah.

Penelitian ini dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah Pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari sekali bahwa penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan, cara berfikir serta terbatasnya pengetahuan yang penulis miliki. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang kiranya bermanfaat bagi peningkatan penulisan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan penelitian ini ada begitu banyak pihak yang berperan penting dalam memberikan bantuan. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga

- 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.

kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya tesis ini, yaitu kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda H. Ali Musnal dan Ibunda Hj Tusdi Dewita yang dengan tulus dan tiada henti-hentinya memberikan doa, motivasi serta dukungan, baik moril maupun materil selama penulis melangsungkan perkuliahan dan penulisan tesis ini di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Semoga kesehatan dan kebahagiaan senantiasa tercurah kepada ayahanda dan ibunda.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA selaku Direktur Pascasarjana UIN Suska Riau dan seluruh civitas akademika UIN Suska Riau.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Suska Riau Bapak Dr. Trian Zuhadi, SE., M.Ec, karyawan maupun karyawan program pascasarjana ekonomi syariah yang telah memberikan bantuan yang terbaik kepada penulis selama perkuliahan.
4. Pembimbing I Bapak Dr. Trian Zuhadi, SE., M.Ec dan Pembimbing II Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sh Ec
5. Ibu Prof. Dr. Leny Nofianti MS., S.E., M. Si., Ak selaku pembimbing akademik yang kerap memberikan nasehat dan arahan dalam masa perkuliahan.
6. Kepada seluruh dosen Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Suska Riau yang senantiasa memberikan ilmu-ilmunya selama dalam masa perkuliahan baik di dalam kelas maupun luar kelas.
7. Kepada yang tersayang yakni Hilda Mailil Haq.

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. Kepada Pihak AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh dan para jamaah yang telah sudi meluangkan waktunya dalam pengumpulan data.
9. Ketua kelas terbaik A.G Maulana dan teman seperjuangan Kelas A Pascasarjana Ekonomi Syariah Angkatan 2020 serta teman-teman lain yang banyak membantu penulis dalam penyusunan dan pengumpulan data tesis ini.

Pekanbaru, 14 Juni 2023
Penulis

Muhammad Filbert Musnal
NIM : 22090312882

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

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERSETUJUAN	
NOTA DINAS PEMBIMBING 1	
NOTA DINAS PEMBIMBING 2	
SURAT PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	20
C. Batasan Penelitian.....	20
D. Rumusan Penelitian	20
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	21
F. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II LANDASAN TEORITIS	25
A. Teori Keputusan Pembelian	25
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	36
1. Promosi.....	36
2. Harga	47
3. Kepercayaan	51
C. Penelitian Relevan	57
D. Konsep Operasional.....	59
E. Kerangka Penelitian	62
F. Hipotesis Penelitian.....	63
BAB III METODE PENELITIAN	67
A. Jenis Penelitian	67
B. Lokasi Penelitian	67
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	68
D. Populasi dan Sampel.....	68



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.

E. Sumber Data.....	69
F. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	70
G. Teknis Analisis Data.....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	78
B. Identitas Responden.....	79
C. Deskripsi Variabel	81
D. Analisis <i>Partial Least Square</i>	96
E. Analisis dan Pembahasan.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran	113

DAFTAR PUSTAKA



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 : Data Pendaftaran Jamaah Umrah AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh.....	6
Tabel I.2 : Penelitian Relevan.....	15
Tabel II.1 : Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator.....	61
Tabel III.1 : Pengolahan Data.....	71
Tabel III.2 : Bobot Penilaian Skala.....	72
Tabel III.3 : Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
Tabel IV.1 : Karakteristik Responden.....	79
Tabel IV.2 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Promosi.....	83
Tabel IV.3 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Harga.....	86
Tabel IV.4 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan.....	89
Tabel IV.5: Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	92
Tabel IV.6 : <i>Outer Loading</i> Variabel Promosi.....	98
Tabel IV.7 : <i>Outer Loading</i> Variabel Harga.....	98
Tabel IV.8 : <i>Outer Loading</i> Variabel Kepercayaan.....	98
Tabel IV.9 : <i>Outer Loading</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	99
Tabel IV.10 : Nilai Discriminat Validity (<i>Cross Loading</i>)	100
Tabel IV.11 : <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	101
Tabel IV.12 : Nilai <i>R-Square</i>	102
Tabel IV.13: <i>Result For Inner Weights</i>	104
Tabel IV.14: Nilai <i>F Square</i>	105
Tabel IV.15: Nilai <i>Q-Square</i>	106

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 GAMBAR

Gambar II.1 : Model Lima Tahap Proses Membeli.....	29
Gambar II.2 : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Calon Jamaah Umrah dan Haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	63
Gambar VI.2 : Outer Model.....	97
Gambar IV.2 : Inner Model.....	103

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.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pengalihan huruf Arab-Indonesia dalam naskah ini didasarkan atas **Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, tanggal 22 Januari 1988, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987**, sebagaimana yang tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide to Arabic TransliterationI), INIS Fellow 1992.

A. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ﺙ	A	ﺙ	Th
ﺫ	B	ﺫ	Zh
ﻱ	Y	ﻱ	‘

ج	Ts	غ	Gh
ف	J	ف	F
ق	H	ق	Q
ك	Kh	ك	K
ل	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	‘
ي	Sh	ي	Y
د	DI		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

B. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlowah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = \hat{A} misalnya قال menjadi qâla

Vokal (i) panjang = \hat{i} misalnya قيل menjadi qîla

Vokal (u) panjang = \hat{U} misalnya دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaan ya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya’ setelah fathah ditulis dengan “aw” dengan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

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.

Diftong (aw) = و misalnya قول menjadi qawlun

Diftong (ay) = ي misalnya خير menjadi khayrun

C. Ta' marbûthah (ة)

Ta' marbutah ditransliterasikan dengan “t” jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila Ta' marbutah tersebut berada diakhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya للمدرسة الرسالة menjadi *arisalat li al-madrasah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang berdiri dari susunan *mudlaf* dan *Mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya الله رحمة في menjadi *fi rahmatillah*.

D. Kata Sandang dan Lafdh Al-Jalalah

Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah Kata Sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak diawal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*), maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...

Masyâ' Allâh kâna wa mâ lam yasya' lam yakun.

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.

ABSTRAK

Mohammad Filbert Musnal (2023) : Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji Pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jamaah umrah dan haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) menggunakan metode *Accidental Sampling* dengan populasi sebanyak 1626 orang dan sampel berjumlah 321 orang responden yang diambil berdasarkan rumus *Slovin*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi sebagai data primer serta data sekunder yang diperoleh dari data jamaah AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh. Analisis data penelitian menggunakan analisis SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Square*). Hasil dari penelitian ini dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil 53,1% keputusan pembelian jamaah umrah dan haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh dipengaruhi oleh variabel promosi, harga, dan kepercayaan. Sisanya sebesar 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Berdasarkan uji t untuk variabel promosi, harga dan kepercayaan diperoleh hasil bahwa promosi, harga dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

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.

ABSTRACT

Mohammad Filbert Musnal (2023) : The Influence of Promotion, Price and Trust on Purchasing Decisions of Umrah and Hajj Pilgrims at AET Travel Branch 50 Payakumbuh City According to Sharia Economic Perspective

This study aims to determine the effect of promotion, price and trust on purchasing decisions of Umrah and Hajj pilgrims at AET Travel Branch 50 Payakumbuh City. This research is included in the type of field research using the Accidental Sampling method with a population of 1626 people and a sample of 321 respondents who were taken based on the Slovin formula. Data collection techniques through observation, interviews, questionnaires and documentation as primary data and secondary data obtained from data from AET Travel congregation Branch 50 Payakumbuh City. Analysis of research data using SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Square) analysis. The results of this study using the coefficient of determination test (R²) showed that 53.1% of the purchasing decisions of Umrah and Hajj pilgrims at AET Travel Branch 50 Payakumbuh City were influenced by promotion, price, and trust variables. The remaining 46.9% is influenced by other variables outside of this study. Based on the t test for promotion, price and trust variables, the results show that promotion, price and trust have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price, Trust, Purchase Decision

خلاصة

محمد فيليبير مسنال (2023): أثر الترقية والسعر والثقة على قرارات الشراء الخاصة بحجاج العمرة والحج في فرع السفر AET 50 مدينة بياكومبوه وفقاً للمنظور الاقتصادي الشرعي

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أثر الترقية والسعر والثقة على قرارات الشراء الخاصة للسفر 50 مدينة بياكومبوه. تم تضمين هذا AET بحجاج العمرة والحج في فرع البحث في نوع البحث الميداني باستخدام طريقة أخذ العينات العرضية التي يبلغ عدد Slovin سكانها 1626 شخصاً وعينة من 321 مستجيباً تم أخذهم بناءً على صيغة تقنيات جمع البيانات من خلال المراقبة والمقابلات والاستبيانات والتوثيق كبيانات 50 فرع AET Travel أولية وبيانات ثانوية تم الحصول عليها من البيانات من (نمذجة المعادلات الهيكلية - SEM-PLS تحليل بيانات البحث باستخدام تحليل R^2 المربع الصغرى الجزئي). أظهرت نتائج هذه الدراسة باستخدام معامل التحديد) للسفر AET أن 53.1% من قرارات الشراء الخاصة بحجاج العمرة والحج في فرع 50 مدينة بياكومبوه قد تأثرت بمتغيرات الترقية والسعر والثقة. تتأثر نسبة 46.9% لمتغيرات الترويج المتبقية بمتغيرات أخرى خارج هذه الدراسة. بناءً على اختبار السعر والثقة، تُظهر النتائج أن الترويج والسعر والثقة لها تأثير كبير على قرارات مدينة بياكومبوه. الشراء

الكلمات المفتاحية: الترويج ، السعر ، الثقة ، قرار الشراء

- 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 Masalah

Haji merupakan salah satu dari lima rukun Islam, yaitu rukun Islam yang kelima. Melaksanakan ibadah haji merupakan impian bagi setiap muslim dikarenakan besarnya pahala dalam melaksanakannya dan butuh usaha yang besar untuk bisa mewujudkannya. Baik dari segi materi yang harus dikeluarkan, mental, spiritual dan dari segi masa tungguannya. Haji mengajarkan manusia tentang kesadaran terus-menerus untuk kembali kepada Allah. Kehidupan dunia yang melenakan dan menggiurkan akan membuat manusia lupa bahwa ia berasal dari Allah dan akan kembali kepada-Nya. Haji mengajak semua umat muslim agar ingat tentang kesadaran *inna lillahi wa inna ilaihi raji'un*. Sesungguhnya kita berasal dari Allah dan akan kembali kepada-Nya.

Kesadaran tentang hal di atas akan mengantarkan manusia pada kesucian yang hakiki. Karena itu, orang yang berhaji secara serius dan total akan kembali layaknya bayi yang baru lahir dari Rahim ibunya sebab ia sadar betul akan status kehambaannya di hadapan Allah. Hal ini sesuai sabda Rasulullah SAW:

أَبَا هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ حَجَّ
لِلَّهِ فَلَمْ يَرُفْثْ وَلَمْ يَفْسُقْ رَجَعَ كَيَوْمِ وُلِدَ

Artinya: “Abu Hurairah RA berkata: Saya mendengar Nabi SAW bersabda: Barang siapa yang melaksanakan haji karena Allah dengan tidak berbuat rafas (kata-kata kotor) dan tidak berbuat fusuq (durhaka),



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.

dia kembali suci seperti bayi yang baru dilahirkan dari kandungan ibunya (tanpa dosa)” (HR.Bukhari dan Muslim).

Sebagai salah satu negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia, maka sudah sangat wajar jika animo masyarakat muslim di Indonesia untuk berangkat haji juga besar. Maka, dengan terbatasnya jumlah muslim dunia yang dapat ditampung dan difasilitasi oleh pemerintah Arab Saudi untuk berangkat haji setiap tahunnya, membuat penumpukan daftar tunggu (*waiting list*) pada setiap negara, tak terkecuali Indonesia. Cukup beruntung bagi muslim yang tinggal di negara yang tidak begitu banyak penduduk muslimnya, sehingga penumpukan daftar tunggu haji tidak terjadi. Namun di Indonesia, penumpukan daftar tunggu haji tidak dapat dielakkan. Bahkan pada saat porsi nasional telah habis masih terdapat masyarakat yang berkeinginan untuk mendaftarkan diri untuk menunaikan ibadah haji.

Di Indonesia, antrian untuk daftar tunggu (*waiting list*) keberangkatan ibadah haji paling cepat adalah Kabupaten Maybrat, salah satu Kabupaten kecil di Papua dengan kuota hanya 2 orang saja. Selanjutnya diikuti oleh Kabupaten Maluku Barat Daya dan Kabupaten Mahakam Ulu dengan daftar tunggu selama 18 tahun dan kuota masing-masing 3 orang dan 5 orang saja. Adapun *waiting list* yang paling lama adalah Kabupaten Bantaeng, yang masyarakatnya harus menunggu selama 98 tahun.¹ Selisih ini dikarenakan kuota yang disediakan dan peminat untuk mendaftar per-provinsi atau kabupaten berbeda. Jadi, untuk Kabupaten Maybrat kemungkinan berangkat

¹ <https://haji.kemenag.go.id/v4/waiting-list> diakses pada tanggal 20 September 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.

pada tahun 2032, itupun jika tidak ada perubahan dan penundaan seperti yang diakibatkan oleh Covid-19.

Wabah Corona Virus Disease 2019 atau sering disebut Covid-19 juga memberikan dampak signifikan terhadap bertambahnya *waiting list* keberangkatan haji di Indonesia dan juga dunia. Adanya pembatasan terhadap mobilisasi masyarakat pada suatu daerah hingga skala internasional membuat semua lini kehidupan menjadi lumpuh total selama kurang lebih dua tahun. Pihak Kerajaan Arab Saudi tentunya ikut menutup keran kedatangan calon jamaah haji dan umrah internasional.

Dengan realita yang ada, keinginan masyarakat Muslim dunia dan khususnya Indonesia untuk berangkat ke tanah suci menjalankan ibadah haji memerlukan waktu tunggu yang sangat lama. Oleh karenanya, demi melepas rindu dan hasrat untuk bisa menyambangi dan melakukan ibadah di tanah suci masyarakat semakin memilih menjalankan ibadah umrah yang bisa dilakukan kapan pun kecuali pada bulan haji.

Keresahan dan pertanyaan terkait menunaikan ibadah umrah sebelum ibadah haji pada dasarnya pernah menjadi pertanyaan para sahabat pada masa lalu, diantaranya adalah Ikrimah bin Khalid. Saat itu, ia mendatangi sahabat Ibnu Umar untuk menanyakan perihal satu ini. Setelah keduanya bertemu, dan pertanyaan itu disampaikan kepadanya, kemudian Ibnu Umar menjawab bahwa umrah sebelum haji hukumnya boleh-boleh saja, sebagai mana disebutkan:



- 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

بَأْسَ لَا: فَقَالَ الْحَجَّ قَبْلَ الْعُمْرَةِ عَنِ عُمَرَ ابْنِ سَالٍ خَالِدِ بْنِ عِكْرِمَةَ أَنَّ
يَحُجُّ أَنْ قَبْلَ النَّبِيِّ اعْتَمَرَ: قَالَ: يَحُجُّ أَنْ قَبْلَ يَعْتَمِرَ أَنْ أَحَدٍ عَلَى

Artinya: “Telah berkata Imam Ibnu Abdil Barr, hadits ini bersambung (sanadnya) dari jalur yang sah, dan ini telah disepakati, yang tidak ada perbedaan antara ulama perihal kebolehan umrah sebelum haji bagi siapa saja.”

Perkembangan bisnis jasa biro travel umrah dan haji sangat pesat dan memberikan peluang bisnis yang menggiurkan. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, jumlah umat muslim yang beribadah umrah tiap tahunnya terus bertambah. Ibadah umrah merupakan ibadah yang bisa dilakukan kapan saja di tanah suci Mekkah dan Madinah. Pasar calon jamaah umrah dan haji yang besar di Indonesia ini menjadi peluang bisnis bagi banyak travel umrah. Hal ini dapat dilihat dengan semakin menjamurnya perusahaan travel umrah dan haji di berbagai daerah baik di kota besar maupun di kabupaten. Salah satu travel umrah resmi yang bergerak di bidang jasa perjalanan umrah dan haji adalah AET Travel Internasional. Berdiri di Padang pada 21 Oktober 2010, AET Travel Internasional merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan yang meliputi perjalanan udara, darat dan laut. AET Travel Internasional merupakan perusahaan jasa tours & travel yang meliputi perjalanan umrah dan haji khusus, penjualan tiket pesawat, perjalanan wisata dalam dan luar negeri, hotel *reservation* dan lain-lain, yang sudah memiliki 133 kantor cabang yang tersebar di banyak kota khususnya di Pulau Sumatera dan Jawa. Disamping itu, sudah ribuan orang yang menjadi mitra bagi cabang-cabang AET Travel Internasional. AET Travel Internasional telah memperoleh izin sebagai perjalanan ibadah



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.

umrah pada tahun 2016 dengan nomor izin SK Kemenag RI (Umroh) No. 382 tahun 2016 dan diperpanjang dengan izin terbaru pada tahun 2019 dengan nomor izin SK Kemenag RI 622 tahun 2019 serta izin sebagai Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) dengan nomor izin 152 tahun 2020. Visi dan misi dari perusahaan ini adalah menjadi perusahaan penyelenggara ibadah umrah dan haji yang selalu mengedapankan keamanan, kepastian, dan kenyamanan keberangkatan dengan jaringan pemasaran terluas di Indonesia. Sudah puluhan ribu jamaah yang berangkat umrah dan haji menggunakan jasa AET Travel Internasional sejak pertama kali memberangkatkan jamaah pergi umrah dan haji pada tahun 2010.² Dengan alasan AET Travel Internasional merupakan salah satu travel umrah besar di Indonesia dengan banyaknya kantor cabang AET Travel Internasional yang sudah tersebar di banyak kota, pengalaman memberangkatkan puluhan ribu jamaah, dan tersebarnya mitra-mitra perorangan perusahaan di banyak daerah menjadi daya tarik untuk meneliti AET Travel Internasional sebagai subyek penelitian.

AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh merupakan salah satu cabang yang ada di AET Travel Internasional. AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh ini cabang dengan jumlah dan pertumbuhan jamaah yang besar. Sehubungan dengan informasi yang penulis dapatkan di lapangan, bahwa usaha AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh menarik minat jamaah telah dilakukan dengan baik. Berikut data pendaftaran jamaah keberangkatan untuk umrah tahun 2019-2022 M:

² Bapak Efrizal Syaib (Area Manager I (Provinsi Sumatera Barat dan Jambi) AET Travel Internasional), *Wawancara*, Padang, 4 November 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.

Tabel I.1
Data Pendaftaran Jamaah Umrah AET Travel Cabang 50
Kota Payakumbuh

No	Bulan	Jumlah
1	2019	438 orang
2	2020	254 orang
3	2021	-
4	2022	934 orang

*Sumber: Dokumentasi Rekap Data Pendaftaran Jamaah AETTravel
Cabang 50 Kota Payakumbuh, 2022*

Dari tabel I.1 diatas dapat dilihat bahwa pendaftaran jamaah di AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh di tahun 2019-2022 atau sebelum dan setelah dibukanya kembali keberangkatan umrah dan haji pasca Covid-19 mampu menembus ratusan jamaah selain pada tahun 2021 yang notabene terhentinya kegiatan ibadah umrah dan terbatasnya jumlah jamaah yang diizinkan untuk berhaji karena wabah Covid-19. Sehubungan dengan informasi yang penulis dapatkan di lapangan, bahwa usaha AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh untuk menarik minat konsumen telah dilakukan dengan baik namun terjadi stagnansi dari jumlah pendaftaran jamaah umrah dan haji.

Keputusan konsumen dalam pembelian selain dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, dapat juga dipengaruhi oleh faktor lainnya. Ada beberapa faktor yang menjadikan seorang konsumen untuk memutuskan



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

suatu pilihan pembelian diantaranya, promosi, harga dan kepercayaan. Setelah melakukan pembelian, akan timbul perasaan dari konsumen akan puas atau tidak puas dengan pembeliannya. Konsumen yang merasa puas cenderung akan kembali melakukan pembelian dan merekomendasikan produk atau jasa yang diberikan perusahaan kepada orang-orang terdekatnya.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah promosi. Promosi merupakan fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target konsumen atau calon konsumen untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan konsumen.³

Menjadi faktor penting bagi perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atau calon jamaah. Promosi menjadi ujung tombak bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan calon *audiens*. Salah satu tujuan dari kegiatan promosi adalah agar informasi mengenai produk atau paket dapat diterima oleh para konsumen dan juga untuk meyakinkan para konsumen bahwa produk yang ditawarkan memiliki keunggulan lain bila dibandingkan dengan produk sejenisnya. Semakin sering dan masif produk-produk dipromosikan maka akan besar kemungkinan produk tersebut akan mendorong para konsumen untuk mencoba menggunakannya.⁴ Promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik seperti *facebook*, *whatsapp* *instagram*, dan *website*, penjualan secara tatap muka (*personal selling*) maupun media cetak seperti brosur dan *baleho*. Yang perlu

³ Hasan Ali, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Yogyakarta: CAPS, 2014). h. 603

⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 179



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.

disampaikan atau dikenalkan kepada konsumen adalah manfaat produk, kekhasan produk, harga produk, bagaimana cara membelinya, dimana bisa didapat dan apa saja daya tarik dari produk tersebut.⁵

Pemasaran adalah salah satu bagian dari kegiatan ekonomi syariah yang dalam pelaksanaannya juga harus didasarkan dan bersumber pada Al-Qur'an dan hadist. Seorang pemasar yang mempromosikan produk atau jasanya haruslah selalu menganut nilai-nilai kebenaran yang akan selalu terpancar dalam praktek pemasarannya sehari-hari.

Tidak diragukan lagi bahwa tindakan menipu baik secara lisan maupun perbuatan termasuk memakan harta dengan jalan batil adalah haram karena di dalamnya tidak ada unsur kerelaan. Disamping itu etika melakukan promosi dalam Islam adalah tidak diperbolehkan melakukan eksploitasi perempuan, penggunaan fantasi yang berlebihan, dan penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat dan menarik hati pelanggan. Semua pedoman dalam Islam tentang promosi ditujukan untuk menghilangkan praktek penipuan dan perlakuan tidak adil yang menimpa konsumen.

Nabi Muhammad Saw sudah memberikan contoh yang baik dalam melakukan perniagaan terlebih dalam menjual produknya. Promosi yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah adalah menjelaskan kepada konsumen dengan benar, tidak hanya keunggulannya saja yang dijelaskan akan tetapi kekurangan atau efek samping penggunaan produk juga harus dijelaskan.

⁵ Santot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Surabaya: Graha Ilmu, 2009), h. 5



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.

Promosi memiliki arti penting bagi perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan dalam meningkatkan minat beli konsumen. Dari hasil wawancara penulis, AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh sangat aktif dalam melakukan kegiatan promosi melalui berbagai media online dengan brosur-brosur online yang telah disediakan oleh perusahaan. Disamping melakukan kegiatan promosi melalui media online, AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh juga secara aktif melakukan promosi langsung seperti presentasi ke banyak pengajian, sekolah, instansi atau mendatangi langsung jamaah yang sangat potensial untuk berangkat umrah atau haji. AET Travel juga membuka kemitraan dengan individu dengan penyebutan perwakilan. Siapapun yang ingin ikut melakukan syiar untuk berangkat umrah dan haji ke baitullah bisa bergabung tanpa ada dibebankan biaya. Hal ini sangat membantu AET Travel dari segi pemasaran, karena mitra-mitra perwakilan ini bisa membantu untuk mengajak calon-calon jamaah disekitarnya untuk berangkat umrah dan haji bersama AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh. Selain itu, AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh dalam melakukan kegiatan promosi berdasarkan etika Islam seperti tidak mengeksploitasi promosi dengan menggunakan wanita sehingga karyawan berpakaian syar'i serta mengedepankan kejujuran dalam menawarkan paket-paket ibadah umrah dan hajinya.⁶

Selain promosi, variabel harga juga menentukan keputusan pembelian. Harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau

⁶ Ibu Lira Retno (Kepala Cabang AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh), Wawancara, Payakumbuh, 5 November 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.

barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sederhananya, harga merupakan cerminan nilai jual atas produk atau jasa yang telah melalui proses produksi. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual.⁷

Menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat yang memiliki atau menggunakan produk tersebut. Sementara Menurut William J. Stanton mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Kunci untuk menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk. Apabila harga lebih tinggi daripada nilai yang dirasakan oleh konsumen, pertukaran tidak akan terjadi. Dalam pemasaran jasa, harga sering dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan akan mutu jasa yang ditawarkan.

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk dalam penentuan harga. Harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi islami. Pada prinsipnya, transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebagai cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

⁷ Nerul Huda, Khamim Hudori, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok : Kencana, 2017), hlm. 129



Secara umum, harga yang adil berarti harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Dalam hal ini, penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Islam menerapkan praktik *pricing policy* secara sehat dan mengikuti hukum *demand* dan *supply* yang terjadi secara alami (mekanisme pasar).

Secara umum, harga yang adil berarti harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Dalam hal ini, penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Dari hasil wawancara penulis, AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh selalu berusaha memberikan harga yang dianggap sesuai dengan jenis paket umrah dan haji yang ditawarkan kepada calon jamaah. AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh memberikan beberapa pilihan harga dengan pilihan akomodasi yang berbeda agar jamaah dapat memilih paket yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan dari calon jamaah. Menurut kepala cabang AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh, ibu Lira Retno, harga yang ditawarkan oleh AET sangat bersaing dengan harga dan paket ibadah umrah dan haji yang ditawarkan oleh travel-travel lain bahkan lebih

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Kalidjaja Kasim Riau

murah dari beberapa travel dengan akomodasi yang lebih baik pula. Dalam beberapa kesempatan AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh juga memberikan *discount* maupun *cashback* harga sebagai bentuk promosi agar meningkatkan keputusan pembelian calon jamaah pada AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh.⁸ Harapannya target pendaftaran jamaah yang telah dicanangkan dapat tercapai dan terus meningkat.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengambil variabel harga sebagai variabel bebas kedua. Penelitian dengan variabel kualitas harga ini dilakukan karena adanya perbedaan hasil antara penelitian yang dilakukan oleh Fredianiaka Istanti. Dalam jurnal penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.⁹ Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Nailil Adhawiyah yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.¹⁰

Faktor lainnya yang memberikan pengaruh pada keputusan pembelian calon jamaah adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah perilaku individu, yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif. Adanya kepercayaan karena individu yang dipercaya dapat memberi manfaat dan melakukan apa yang diinginkan oleh individu yang memberikan kepercayaan.

⁸ Ibu Lira Retno (Kepala Cabang AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh), *Wawancara*, Payakumbuh, 20 Oktober 2022

⁹ Fredianiaka Istanti, "Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya", *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, ISSN: 2355-8865, Volume 4, No. 1, 2017, h. 14

¹⁰ Nailil Adhawiyah, "Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, e-ISSN: 2461-0593, Vol 7, No. 6, 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.

Sehingga, kepercayaan menjadi dasar bagi kedua pihak untuk melakukan kerjasama.

.Penulis memilih variabel kepercayaan sebagai variabel ketiga, alasannya karena maraknya travel umrah yang gagal untuk memberangkatkan jamaahnya. Ironis, ditengah meningkatnya animo umat Islam untuk menunaikan ibadah umrah dan haji kejadian demi kejadian gagal berangkat terus menimpa calon jamaah. Hal ini tentu kerap menjadi penghalang niat calon jamaah untuk berangkat umrah. Alasan yang dulu sering menjadi alasan travel umrah gagal untuk memberangkatkan calon jamaahnya adalah terkendalanya penerbitan visa. Padahal penerbitan visa cukup mudah jika travel umrah mampu menunjukkan bukti telat melakukan pembayaran untuk akomodasi tiket pesawat dan hotel selama di tanah suci.¹¹ Disamping itu adanya travel umrah yang menggunakan sistem multi level marketing (MLM) dalam pemasarannya serta penggelapan dana calon jamaah umrah oleh pemilik travel umrah juga menjadi akar masalah seringnya travel umrah gagal dalam memberangkatkan calon jamaahnya. Hal ini tentu memberikan dampak negatif kepada seluruh travel penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU) untuk bisa mendapatkan kepercayaan masyarakat. Padahal tidak seluruh travel melakukan kegiatan-kegiatan negatif yang mengakibatkan jamaah gagal berangkat.

Dari sudut pandang bisnis, kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang

¹¹ Ibu Lira Retno (Kepala Cabang AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh), *Wawancara*, Payakumbuh, 20 Oktober 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

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan dengan konsumen. Konsumen harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang kali dengan konsumen.

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata shadiq ‘orang yang jujur’ berasal dari kata shiddiq ‘kejujuran’. Kata shiddiq adalah bentuk penekanan (mubalaghah) dari shadiq dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, di dalam jiwa seseorang yang jujur itu terdapat komponen nilai ruhani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.¹²

Sifat Jujur (*Siddiq*) dan dapat dipercaya (amanah) haruslah dimiliki oleh seorang pebisnis. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab seseorang khususnya seorang pebisnis dan usahanya akan hancur.

Jika berkaca kepada Rasulullah Saw, hubungan antara kejujuran dan dapat dipercaya terhadap keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran dan kepercayaan akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan.¹³

Sebaliknya, seorang yang berkhianat cepat atau lambat pasti usahanya akan mati. Karena Allah tidak suka orang-orang yang berkhianat dan tidak

¹² Foto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 80

¹³ Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 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.

merestui tipu dayanya, dan orang yang mengkhianati amanah termasuk salah satu sifat orang munafik.

AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh dalam meningkatkan kepercayaan berlandaskan dengan gerakan “5 pasti umrah”. Gerakan “5 pasti umrah” ini terdiri dari: 1. Pasti Travelnya berizin; 2. Pasti Jadwalnya; 3. Pasti Terbangnya; 4. Pasti Hotelnya; 5. Pasti Visanya. Gerakan ini benar-benar dipedomani oleh AET Travel untuk memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan calon jamaah untuk mendaftarkan diri untuk berangkat umrah dan haji menggunakan jasa AET Travel karena AET Travel sendiri terus mengupdate izin travelnya sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU). Terkait travel apa saja yang memiliki izin, dapat dilihat oleh masyarakat melalui website Kemenag RI. Selanjutnya, travel yang memiliki izin pasti sudah memiliki akomodasi hotel dan maskapai penerbangan untuk memberangkatkan calon jamaah. Travel dengan keuangan yang sehat, mampu untuk *blocking seat* maskapai dan kamar hotel untuk kegiatan selama satu musim ibadah umrah. Dengan begitu travel-travel tersebut pasti sudah memiliki jadwal keberangkatan yang jelas, sehingga visa umrah mudah untuk diterbitkan.

Tabel I.2
Penelitian Relevan

Judul	Hasil	Perbedaan
Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, harga, dan kepercayaan secara	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dari segi teknik pengambilan data 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.

Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan Ridhon MB Simangunsong dan Morina. JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Volume 1, Nomor 2, 2021	parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.	digunakan hanya menggunakan kuesioner dan observasi. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi.
Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan Asrizal Efendy Nasution dkk. PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis) Volume 1, No. 1, 2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, harga, kepercayaan dan Karakteristik Konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart di Kota Medan.	Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian penulis tidak menggunakan variabel karakteristik konsumen pada variabel bebas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Sementara penelitian penulis ingin mengetahui pengaruh

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.

		variabel-variabel yang dimasukkan terhadap keputusan pembelian sebelum dan sesudah berangkat umrah dan haji di AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh.
Pengaruh Promosi <i>Online</i> , Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>Online Shop</i> Shopee Dita Aprilia Nur Pratiwi dan Suwitho, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 9, No. 8, 2020.	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, harga, dan kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada toko <i>online shop</i> shopee	Perbedaannya adalah jumlah populasi pada penelitian ini yang hanya berjumlah 100 orang berbeda jauh dengan penulis yang berjumlah 1626 orang. Serta lokasi penelitian yang berbeda yang mana penelitian penulis berlokasi di AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh yang berlokasi di kota Payakumbuh.
Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.co.id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia	Hasil penelitian yang didapatkan dari uji t parsial ditemukan bahwa variabel independen promosi berpengaruh signifikan sementara harga dan	Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dari sumber data yang berupa dokumentasi dan kuesioner, sementara

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.

<p>Silvia Sari. S dan Mastono. Jurnal <i>Procuratio</i> Volume 5, No. 1, 2017</p>	<p>kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan. Namun semua variabel berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online di lazada.co.id.</p>	<p>penelitian penulis berupa observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Lokasi juga menjadi pembeda bagi penelitian saat ini dengan penelitian penulis. Serta penelitian penulis akan ditinjau nantinya dari perspektif ekonomi syariah.</p>
<p>Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja <i>Online</i> Di Kota Surabaya</p> <p>Fredianiaka Istanti. Jurnal <i>Bisnis & Teknologi</i> Politeknik NSC Surabaya Volume 4, No. 1, 2017</p>	<p>Hasil penelitian yang didapatkan dari uji t parsial ditemukan bahwa variabel promosi harga, kemudahan berbelanja dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian belanja online di kota surabaya</p>	<p>Perbedaan pada penelitian saat ini adalah membahas variabel kemudahan berbelanja. Sementara pada penelitian penulis tidak memasukkan variabel kemudahan berbelanja dalam salah satu variabel bebas. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner.</p>
<p>Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan</p>	<p>Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, kepercayaan dan</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini adalah dari segi variabel bebas, dimana peneliti ini</p>

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

Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Nailil Adhawiyah. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 7, No. 6, 2018	kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial.	memasukkan variabel kualitas informasi sebagai salah satu variabel. Sementara penulis tidak memasukkan variabel tersebut. Pada penelitian ini tidak ada tinjauan menurut ekonomi syariah.
---	--	---

Sumber: Hasil Olahan, 2022

Penelitian yang penulis lakukan memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, karena di dalam penelitian ini pada indikator variabelnya penulis menggunakan prinsip ekonomi syariah, lokasi penelitian dan jumlah sampel. Penelitian ini ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, dengan alasan karena AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh dalam penerapan konsep kerjanya berpatokan pada aturan Islam. Hal ini sejalan dengan bisnis AET Travel yang bergerak pada bidang jasa perjalanan umrah dan haji. Disamping itu, dari sisi lokasi belum ada sebelumnya peneliti yang meneliti di AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh. Berdasarkan uraian masalah diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji Pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**

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. Identifikasi Masalah

1. Jamaah umrah seringkali merasa perjalanan umrah mereka kurang didampingi oleh pembimbing umrah.
2. Adanya penambahan harga menjelang keberangkatan, sehingga tidak sesuai dengan harga paket yang dipromosikan.
3. Adanya perubahan akomodasi seperti hotel tidak sesuai dengan yang dipromosikan.
4. Banyaknya jamaah yang gagal berangkat karena kesalahan dan kelalaian dari pihak travel sebagai penyelenggara umrah.
5. Perlengkapan untuk keberangkatan terkadang didapatkan dekat dengan jadwal keberangkatan.

C. Batasan Masalah

Agar lebih terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, maka perlu dibatasi fokus pokok pembahasannya yaitu pengaruh promosi, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada AET Travel menurut perspektif ekonomi syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahannya yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian jamaah pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jamaah pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian jamaah pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian jamaah pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jamaah pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian jamaah pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu antara lain:

- a. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman serta memperkaya khazanah ilmu dan pengetahuan bagi penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti. Disamping sebagai salah satu syarat



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.

untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan atas, promosi, harga serta kepercayaan yang telah diterapkan perusahaan terhadap keputusan jamaah menggunakan jasa keberangkatan umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dukungan bagi perusahaan untuk mengembangkan promosi, harga dan kepercayaan agar menjadi bahan pertimbangan perbaikan secara langsung maupun tidak langsung bagi AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh.

c. Bagi Pembaca

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini bagi pembaca adalah hasil penelitian diharapkan dapat menjadi informasi, teori dan serta referensi bagi penelitian sejenis yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

F. Sistematika Penelitian

Adapun untuk mendapatkan gagasan singkat mengenai bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penulis mengungkap pengurainnya sebagai berikut:



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

Dalam bab ini mencakup latar belakang masalah, permasalahan yang terdiri dari identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Dalam bab ini akan mencakup segala teori yang berhubungan dengan promosi, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jamaah pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh menurut perspektif ekonomi syariah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Mengungkapkan aspek penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, gambaran umum lokasi penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang bagaimana hasil dari pengaruh promosi, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jamaah umrah dan haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh menurut perspektif ekonomi syariah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta syarat-syarat yang diperlukan dalam upaya kesempurnaannya. Serta akan diikuti oleh daftar kepustakaan yang dijadikan sumber dalam pembahasan ini dan juga beberapa lampiran.

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

LANDASAN TEORITIS

A. Teori Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Semua kegiatan yang dilakukan perusahaan melalui pemasaran diharapkan dapat mempengaruhi konsumen sehingga sampai pada keputusan pembelian. Untuk sampai pada tahap memutuskan membeli suatu produk, konsumen tentu akan melewati beberapa tahap. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Disuatu perusahaan, studi mengenai perilaku konsumen sangat penting dalam menjalankan konsep pemasaran.

Keputusan adalah suatu perbuatan (sikap) pemilihan dari sejumlah alternatif dan sejumlah alternatif tersebut tidak harus dipilih semua, tetapi dipilih beberapa saja atau dipilih satu saja. Keputusan ini dinyatakan dalam suatu bentuk kata-kata yang dirumuskan dalam suatu peraturan, perintah, intruksi, kebijaksanaan, dan dalam bentuk apa saja yang dikehendaki.

Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Dalam memahami tentang perilaku konsumen, terdapat apa yang disebut dengan pengambilan keputusan konsumen. Keputusan adalah membuat pilihan diantara dua alternatif atau lebih. Keputusan



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.

pembelian konsumen adalah membeli merek yang mereka sukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan. Konsumen mungkin membentuk niat membeli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.

Berdasarkan Grand Theory, Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli dan menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Pemasar perlu tahu apa faktor yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Suatu proses dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Menurut Kotler, pada kebanyakan orang perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan atau stimulus dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan lain. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri, sesuai dengan karakteristik pribadinya sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Konsumen merespon berbagai usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan.



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.

2. Motif Pembelian

Keberhasilan kegiatan pemasaran sangat ditentukan oleh kemampuan produk yang dipasarkan untuk memenuhi apa yang diharapkan atau diinginkan oleh si konsumen atau pembeli produk tersebut. Oleh karena itu, dalam memasarkan produk yang dihasilkan perlu diketahui dan dianalisis, mengapa seseorang membeli suatu produk dan apa yang diharapkan atau diinginkan oleh si pembeli atau konsumen produk yang dibelinya itu. Kedua hal ini sering dikenal dengan motif pembelian.

Dalam membicarakan motif pembelian, perlu diketahui perbedaan pengertian antara istilah pembeli, langganan, dan konsumen. Yang dimaksudkan dengan pembeli adalah seorang yang sebenarnya melakukan transaksi pembelian. Sedangkan langganan adalah para pembeli atau pemakai yang terus menerus membeli atau memakai produk yang kita jual. Konsumen adalah orang yang memakai atau mengonsumsi produk yang dihasilkan atau yang dijual.¹⁴

Motif pembelian merupakan berbagai pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Motif pembelian dapat dibedakan atas :

- a. Motif pembelian terhadap produknya, yang meliputi semua pengaruh serta alasan yang menyebabkan seorang konsumen membeli produk tertentu.

¹⁴ Sofjan, Assauri, *Loc, Cit.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Motif pembelian terhadap tempat atau penyalur yang menjual produk itu, yang merupakan pertimbangan yang menyebabkan seorang konsumen membeli produk pada tempat penyalur tertentu.¹⁵

3. Tahapan Proses Keputusan Pembelian

Secara garis besar ada tiga tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu: pra-pembelian, konsumsi, dan evaluasi purna beli. Tahap dimana konsumen membeli dan menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan sebagai tahap konsumsi. Sedangkan tahap evaluasi purna beli adalah tahap proses pembuatan keputusan konsumen sewaktu konsumen mengevaluasi keputusannya membeli suatu produk atau jasa sudah tepat atau belum.

Kesemua proses dilalui ketika konsumen melakukan pembelian berketerlibatan tinggi (*high-involvement purchase*), yaitu situasi pembelian yang secara psikologis penting bagi konsumen karena menyangkut kebutuhan sosial atau *self-esteem*, serta memiliki persepsi risiko yang besar (risiko sosial, risiko psikologis, dan resiko *finansial*). Sementara dalam situasi pembelian berketerlibatan rendah, proses pencarian informasi dan evaluasi alternatif biasanya minimum. Tak jarang bahkan keputusan pembelian dilakukan secara implusif (tanpa perencanaan).

Dari tiga tahap besar dalam proses keputusan pembelian, konsumen akan melewati lima tahap yang lebih detail yakni:

¹⁵ *Ibid*, h. 125

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.

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif-alternatif, keputusan pembelian, dan tindakan setelah pembelian. Dalam penelitian lebih rutin, para konsumen melompati atau memutarbalikkan beberapa tahapan ini.



Gambar II.1 Model Lima Tahap Proses Membeli

a. Pengenalan Masalah

Konsumen menyadari akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diharapkan. Pada tahap ini pemasar perlu menentukan berbagai keadaan yang biasanya menyebabkan pengenalan masalah.

b. Pencarian Informasi

Konsumen mulai memperbesar perhatian dan melakukan pencarian informasi secara lebih aktif dan massif. Pencarian informasi ini konsumen akan mencari lewat sumber pribadi seperti keluarga atau teman, sumber komersil seperti iklan, pameran, atau kemasan, sumber publik seperti media massa atau media sosial, serta berdasarkan sumber pengalaman seperti pengamatan, penggunaan produk serta penanganan.



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. Evaluasi Alternatif

Konsumen menelaah dan mengevaluasi alternatif yang diperoleh setelah melakukan pencarian informasi guna mendapatkan alternatif pilihan yang terbaik yang akan digunakan untuk mengeksekusi keputusan pembelian. Pemasar harus mengetahui bagaimana konsumen mengevaluasi informasi untuk sampai pada merek pilihan mereka.

d. Keputusan Pembelian

Konsumen akhirnya melakukan keputusan untuk melakukan pembelian yang telah diperoleh setelah mengevaluasi alternatif terbaik dari produk atau merek yang akan dipilih. Tahap evaluasi membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang dalam peringkat pilihannya hingga mendapatkan satu yang akan dibeli.

e. Tingkah Laku Setelah Pembelian

Setelah membeli produk konsumen akan merasa puas atau bahkan tidak puas. Setelah pembelian, konsumen akan melakukan tingkah laku yang menarik perhatian pemasar. Maka sebenarnya, tugas pemasar tidak berhenti hingga produk dibeli oleh konsumen, namun terus berlanjut selama periode setelah pembelian berlangsung.



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. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Al-Quran dan Hadits memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi agar perilaku manusia jadi terarah dan agar manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasulnya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat.¹⁶

Islam memberikan kebebasan kepada manusia dalam mengelola harta individunya dalam masalah konsumsi. Namun harus diketahui bahwa pemilik asal semua harta dengan segala macamnya adalah Allah Swt. karena Dialah Pencipta, Pengatur dan Pemilik segala yang ada di alam semesta ini, sebagaimana firman-Nya dalam QS Al-Maidah: 17:

لَقَدْ كَفَرَ الَّذِينَ قَالُوا إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسِيحُ ابْنُ مَرْيَمَ قُلْ فَمَنْ يَمْلِكُ
مِنَ اللَّهِ شَيْئًا إِنْ أَرَادَ أَنْ يُهْلِكَ الْمَسِيحَ ابْنَ مَرْيَمَ وَأُمَّهُ وَمَنْ فِي
الْأَرْضِ جَمِيعًا وَلِلَّهِ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا قُلْ يَخْلُقُ
مَا يَشَاءُ وَاللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Kepunyaan Allahlah kerajaan langit dan bumi dan apa yang di antara keduanya, Dia menciptakan apa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”

¹⁶ Mohammad Hidayat, *An Introduction To The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), hlm. 229

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 manusia adalah pihak yang mendapatkan kuasa dari Allah Swt. untuk memiliki dan memanfaatkan harta tersebut, Allah berfirman dalam QS Al-Hadid: 7:

أَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفَقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ
أَمِنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

Artinya: “Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang Dia (titipkan kepadamu dan) telah menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya. Lalu, orang-orang yang beriman di antaramu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar.”

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (utilitas), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan komprehensif, yaitu kepuasan dunia dan akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan, tetapi juga dengan ruhiyah atau spiritual. Kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Maka, seseorang yang rasional dalam mengonsumsi sesuatu menurut ekonomi syariah adalah seseorang yang dapat memadu perilakunya agar dapat mencapai kepuasan maksimum yang sesuai dengan norma-norma Islam yang dapat pula diartikan dengan *masalahah*. Jadi tujuan konsumen Muslim bukanlah memaksimalkan *utility*, tetapi *masalahah*.¹⁷

Manusia harus sadar bahwa ia menjadi bagian dari masyarakat. Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah itu milik semua manusia dan suasana menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada

¹⁷ Mohamad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1, h. 229

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.

ditangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah itu untuk mereka sendiri.¹⁸ Maka keseimbangan umum harus dicapai agar tidak muncul ketimpangan dalam berbagai persoalan sosial ekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasa/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.¹⁹

Konsumsi bukan hanya kepuasan di dunia tapi juga akhirat.

Etika Islam dalam hal konsumsi sebagai berikut:²⁰

a. Tauhid

Dalam sudut pandang Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah Swt, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah. Karena itu, seorang mukmin berupaya mencari kenikmatan dengan mentaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk umat manusia.

b. Adil

Islam mengizinkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah Swt. Pemanfaatan atas karunia Allah yang tersebar harus dilakukan secara adil sesuai syariah karena karunia-karunia tersebut Allah

¹⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, (Jakarta: Rajaawali Pers, 2013), Ed Revisi, Cet ke-2, h. 43

¹⁹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), ed-1, Cet ke-3, h.61.

²⁰ Nur Rianto Al Arif, Euis Amalia, *Teori MikroEkonomi*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 87-91


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.

beri untuk seluruh umat manusia. Sehingga selain mendapatkan keuntungan berupa materil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Oleh karenanya, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga kepentingan di jalan Allah.

c. Sederhana

Islam sangat menganjurkan perbuatan yang tidak melampaui batas, sehingga Allah sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas (*Israf*), termasuk didalamnya pemborosan dan berlebih-lebihan, yaitu membuang-buang harta dan menghamburkannya tanpa keutamaan serta manfaat dan hanya mengikuti nafsu semata. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-A'raf 31:


 يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا
 وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

d. Halal

Barang-barang yang boleh dikonsumsi dalam Islam adalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta akan menimbulkan kemaslahatan umat, baik secara materil maupun spiritual.



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.

5. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller ada enam indikator dalam menentukan keputusan pembelian, yaitu:

a. Pilihan Produk

Perusahaan harus mengetahui produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Karena dalam menentukan produk mana yang akan dibeli, konsumen akan melihat apakah produk tersebut memiliki nilai baginya.

b. Pilihan Merek

Konsumen harus menentukan merek mana yang akan dibeli, setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Maka pemasar harus mampu mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

c. Pilihan Saluran Pembelian

Konsumen akan dihadapkan untuk mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, dapat dikarenakan lokasi yang dekat, harga murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, dan keleluasaan tempat.

d. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian dapat berbeda-beda. Misal: sebulan sekali, dua bulan sekali atau setahun sekali.

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.

e. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu jenis produk. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

f. Metode Pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan produk atau jasa. keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi baik di dalam maupun di luar rumah.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

1. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata promote dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan.²¹ Sedangkan menurut istilah promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha

²¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 49



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.

menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.²²

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.²³

Promosi adalah alur informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual. Para produsen berbagai barang bersaing untuk merebut hati para pembeli agar tertarik dan mau membeli barang yang dijualnya.²⁴

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar produk yang dipasarkan diketahui oleh konsumen. Yang perlu disampaikan atau dikenalkan kepada konsumen adalah manfaat produk, kekhasan produk, harga

²² Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 219.

²³ JURNAL RISET AKUTANSI DAN BISNIS Vol 14 No. 1 Maret 2014 dirujuk pada tanggal 15 Mei 2022

²⁴ Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011), hlm. 94



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.

produk, bagaimana cara membelinya, dimana bisa didapat dan apa saja daya tarik dari produk tersebut.²⁵

Tanpa promosi jangan diharapkan konsumen dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.

Daya tarik menjadi persaingan kegiatan usaha yang semakin ketat dan kompleks, ini membuat perusahaan dituntut untuk dapat memasarkan produk dengan baik, dalam artian tidak hanya membuat produk yang menarik, bermutu dengan harga yang terjangkau oleh konsumen, tetapi selain itu juga perusahaan harus mampu mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen sehingga konsumen menyadari keberadaan produk tersebut dan dapat meyakinkan konsumen bahwa produk atau jasa yang ditawarkan akan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dapat dikatakan bahwa promosi merupakan salah satu alat komunikasi yang bersifat membujuk agar konsumen tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan atau dipasarkan dan diharapkan dapat terjadi transaksi penjualan. Suatu kegiatan

²⁵ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Surabaya: Graha Ilmu, 2009), hlm. 5

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.

transaksi penjualan dalam promosi harus memiliki sasaran yang merangsang pembelian di tempat, dan promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran.²⁶ Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dengan jalan menyediakan informasi yang bersifat persuasi untuk mempengaruhi pasar dan memperoleh respon.

b. Tujuan Promosi

Perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusahaan secara lebih luas.²⁷ Program-program promosi dapat didasarkan atas satu atau lebih tujuan, yaitu sebagai berikut ini:

1) Memberikan informasi

Tujuan dasar dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya, dan beberapa harga yang diterapkan. Konsumen memerlukan informasi-informasi tersebut dalam keputusan pembelinya.

2) Meningkatkan penjualan

Promosi lewat memberikan informasi kepada konsumen perlu dilakukan agar mampu meningkatkan

²⁶ Redi Panuju, *Komunikasi Pemasaran, Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2019), hlm. 78-79

²⁷ Gugup Kismono, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: BPFE, 2001), h. 374.

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.

awareness terhadap perusahaan sehingga mampu meningkatkan penjualan.

3) Menstabilkan penjualan

Pada saat pasar lesu, perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti.

4) Mempromosikan produk

Perusahaan perlu mempromosikan produknya dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaing. Strategi yang tepat, seperti iklan dapat membantu perusahaan.

5) Membentuk citra produk

Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan dapat membantu membentuk *image* konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat menggunakan media iklan untuk membangun citra produknya dimata konsumen.

c. Bauran Promosi (*Promotional mix*)

Menurut Basu Swastha dalam bukunya *asaz-asaz marketing* mengemukakan bahwa, *promotion mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal seling, dan alat promosi yang lain, 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.

kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.²⁸

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah penyajian informasi non personal tentang suatu produk, merek, perusahaan atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Dalam praktiknya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra yang bertujuan menciptakan dan memelihara cipta dan makna dalam benak konsumen dan tujuan akhir dalam iklan adalah bagaimana mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang segala bentuk kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengiklan atau pengelola haruslah berlaku jujur, benar dan tidak melebih-lebihkan dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang atau iklan palsu.²⁹

2) Promosi Penjualan (*Sales promotion*)

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk

²⁸ Basu Swastha, *Azas-azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2009) h. 238

²⁹ Muhammad, Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPEE, 2004), h. 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.

melakukan pembelian.³⁰ Sedangkan menurut Philip Kotler promosi penjualan (*sales promotion*) adalah berupa insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan membeli suatu produk atau jasa.³¹

3) Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Penjualan pribadi (*personal selling*) merupakan interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan.³² penjualan pribadi (*personal selling*) dapat juga diartikan sebagai komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk dan membentuk pemahaman terhadap produk tersebut sehingga tercipta hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dari kedua pihak.

Prinsip Islam dalam penjualan pribadi yakni keikhlasan. Islam menetapkan keikhlasan sangat penting dalam setiap langkah kehidupan manusia. Berdasarkan hal itu, keikhlasan pelaku bisnis diharapkan tidak berlaku curang ataupun melanggar kepentingan orang lain dengan sengaja.

4) Publisitas (*Publicity*)

³⁰ J. Paul Peter dan Jerry C Olson, *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 245

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, terjemahan Benyamin*, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2005). h. 264

³² Freddy Rangkuti, *Op.Cit.*, h. 28

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.

Publisitas (*publicity*) adalah bentuk-bentuk komunikasi tentang perusahaan, produk, atau merek si pemasar yang tidak membutuhkan pembayaran. Selanjutnya menurut Basu Swastha publisitas (*publicity*) dapat didefinisikan sebagai sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, atau tanpa pengawasan dari sponsor. Alat komunikasi umum yang digunakan pada saat melakukan publikasi adalah pers, pidato atau seminar, laporan tahunan, dan donasi serta hubungan masyarakat.

5) Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Direct marketing atau pemasaran langsung adalah bentuk strategi pemasaran dengan membuat kontak langsung perusahaan dengan pelanggan pengguna akhir melalui media alternatif seperti komputer, telepon, hubungan pos dan kios. Banyak metode pemasaran langsung yang ada, dimana masing-masing memberikan keunggulan dan kelemahan tertentu. Pengembangan kampanye pemasaran langsung memerlukan pendekatan sistematis dengan langkah-langkah:

1. Menentukan pasar sasaran;
2. Membuat suatu daftar, yaitu daftar anggota pelanggan sasaran yang dibutuhkan;
3. Pengembangan tawaran berupa teks pesan pemasaran langsung;
4. Penganalisisan hasil, merupakan garis mendasar,



bagaimana hasil pelaksanaan kampanye relatif terhadap tujuan.

d. Konsep Promosi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pemasaran adalah salah satu bagian dari kegiatan ekonomi islam didalam pelaksanaannya juga harus didasarkan dan bersumber pada Al-Qur'an dan hadist. Seorang pemasar yang mempromosikan produk atau jasanya haruslah selalu menganut nilai-nilai kebenaran yang akan selalu terpancar dalam praktek pemasarannya sehari-hari. Syariah Marketing (pemasaran yang islami) merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai islam dan sebagai suatu bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan penawaran, dan perubahan value dari suatu insiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Sebagai agama yang notabene rahmat li al-'alamin tentunya tidak dapat membiarkan begitu saja tindakan yang mengandung unsur yang mengarah pada risiko aanya tipuan atau gharar dalam jual beli. Hal ini karena kerelaan antara dua pihak yang berinteraksi dalam jual beli tersebut tidak dapat terwujud padahal Allah menyuruh adanya kerelaan dalam sebuah transaksi sebagaimana firman Allah Swt QS. An-Nisa':29

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.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah Swt mengharamkan untuk memakan harta dengan jalan batil, dan Allah memberi pengecualian atas kebolehan memakan harta hasil perniagaan yang didapatkan dengan jalan sukarela. Tidak diragukan lagi bahwa tindakan menipu baik secara lisan maupun perbuatan termasuk memakan harta dengan jalan batil karena di dalamnya tidak ada unsur kerelaan. Disamping itu etika melakukan promosi dalam Islam adalah tidak diperbolehkan melakukan eksploitasi perempuan, penggunaan fantasi yang berlebihan, dan penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat dan menarik hati pelanggan. Semua pedoman dalam Islam tentang promosi ditujukan untuk menghilangkan praktek penipuan dan perlakuan tidak adil yang menimpa konsumen.

Nabi Muhammad Saw sudah memberikan contoh yang baik dalam melakukan perniagaan terlebih dalam menjual produknya. Beliau tidak pernah melebih-lebihkan kualitas dan

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.

spesifikasi produknya dengan tujuan memikat pembeli. Nabi Muhammad Saw tidak pula mengatakan sumpah-sumpah yang berlebihan kepada pembelinya agar melariskan dagangannya lebih-lebih mengatakan sumpah palsu. Promosi yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah adalah menjelaskan kepada konsumen dengan benar, tidak hanya keunggulan-nya saja yang dijelaskan akan tetapi kekurangan atau efek samping penggunaan produk juga harus dijelaskan.

Islam mendefinisikan marketing sebagai dakwah karena pada dasarnya dakwah ini adalah menjual dan mempromosikan nilai Islam pada kita yaitu kebenarannya. Dalam berdakwah ini akan berurusan dalam penjualan produk yang sudah Allah berikan kepada kita melalui Nabi Muhammad saw. Oleh karena itu dalam proses marketing ini perlu memperhatikan beberapa hal antara lain: konten, kejujuran, pengemasan, pemasaran atau promosi, dan transaksi/kesepakatan.

e. Indikator Promosi

Sistaningru menjelaskan 4 hal dari promosi diantaranya, memperkenalkan, membujuk, memodifikasi, dan mengubah tingkah laku konsumen untuk terus menerus ingat pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.³³ Diantara alat-alat komunikasi yang merupakan bagian dari bauran promosi

³³ Firmansyah, *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), h. 307



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.

(Promosi) adalah periklanan (*Adversiting*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), *public relations*, penjualan personal (*Personal selling*), *direct marketing* (Pemasaran langsung).³⁴

2. Harga

a. Pengertian Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sederhananya, harga merupakan cerminan nilai jual atas produk atau jasa yang telah melalui proses produksi. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual.³⁵

Menurut William J. Stanton mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sementara menurut Istijanto menyatakan bahwa harga merupakan uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh jasa yang diinginkan dengan membandingkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. “(*The Consumer’s cost and benefits*)”³⁶

Kunci untuk menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen pada

³⁴ Freddy Rangkuti, *Op.Cit.*, h. 237

³⁵ Nurul Huda, Khamim Hudori, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok : Kencana, 2017), hlm. 129

³⁶ Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 17

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.

produk. Apabila harga lebih tinggi daripada nilai yang dirasakan oleh konsumen, pertukaran tidak akan terjadi. Dalam pemasaran jasa, harga sering dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan akan mutu jasa yang ditawarkan.

b. Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan, antara lain untuk memaksimalkan laba (*Profit maximalitation*), merebut pangsa pasar (*market share pricing*), pendapatan yang maksimal (*current revenue pricing*), penetapan harga untuk sasaran (*target profit procing*), penetapan harga untuk promosi (*promotional procing*).

c. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Akhmad Mujahidin mengatakan beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga adalah sebagai berikut:³⁷

1. Jumlah orang yang meminta
2. Kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu
3. Kualitas pembeli barang tersebut
4. Keinginan orang terhadap barang-barang sering kali berbeda-beda
5. Jenis (uang) pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli

³⁷ Akhmad Mujahidin, *Op.Cit*, hlm. 9



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.

Pada umumnya hubungan antara tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negatif, artinya semakin tinggi harga maka semakin rendah jumlah permintaan, pun demikian sebaliknya. Menurut hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik, yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya, apabila harga turun jumlah barang meningkat. Dan teori lain mengatakan bahwa semakin tinggi pendapatan konsumen maka akan semakin tinggi daya belinya.

d. Harga Dalam Pandangan Ekonomi Syariah

Dalam ilmu ekonomi, harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa. Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk dalam penentuan harga. Harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi islami. Pada prinsipnya, transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebagai cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

Secara umum, harga yang adil berarti harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Dalam hal ini, penjual memperoleh keuntungan yang normal dan

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.

pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.³⁸

Harga merupakan elemen *marketing mix* dalam Islam. Dalam Islam tidak dibenarkan menetapkan harga murah dibawah pasar, melarang praktik maisyir atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti kuantitas atau kualitas produk, dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, melarang propaganda palsu media, perjudian, penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan, menimbun produk apapun dilarang dalam Islam.

Islam menerapkan praktik *pricing policy* secara sehat dan mengikuti hukum *demand* dan *supply* yang terjadi secara alami (mekanisme pasar). Dalam penjualan Islam, baik yang bersifat barang maupun jasa terdapat norma, etika agama dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:³⁹

- a. Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- b. Bersikap benar, amanah dan jujur.
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba
- d. Menerapkan kasih sayang

³⁸ Veithzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani, dkk, *Islamic Marketing Manajemen, Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2017), hlm. 430-431

³⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis islam, Alih Bahasa Zainal Arifin*, (Jakarta : Gema Insani, 1999), hlm. 189



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.

- e. Menegakkan toleransi dan keadilan.

3. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “kepercayaan merupakan harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan dan kesetiaan”. Sedangkan menurut istilah kepercayaan adalah “suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran”. Karena kepercayaan adalah suatu sikap, maka kepercayaan seseorang itu tidak selalu benar dan bukanlah merupakan suatu jaminan kebenaran.

Menurut Deutsch dalam Yilmaz dan Atalay, kepercayaan adalah perilaku individu, yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif. Adanya kepercayaan karena individu yang dipercaya dapat memberi manfaat dan melakukan apa yang diinginkan oleh individu yang memberikan kepercayaan. Sehingga, kepercayaan menjadi dasar bagi kedua pihak untuk melakukan kerjasama.

Dasgupta menyatakan bahwa kepercayaan merupakan suatu sikap untuk mempercayai individu dan kelompok dengan tingkatan tertentu yang saling berhubungan. Pada tingkat individu, anda mempercayai seorang individu untuk melakukan sesuatu berdasarkan apa yang anda ketahui tentangnya, disposisi,



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.

kemampuannya, reputasi dan sebagainya tidak hanya karena dia bilang dia akan melakukannya. Pada tingkat kolektif, jika anda tidak percaya suatu badan atau organisasi dengan mana individu berafiliasi, anda tidak akan percaya padanya untuk membuat kesepakatan atau kerja sama.⁴⁰

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

b. Indikator Kepercayaan

Dari sudut pandang bisnis, kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan nasabah sejati. Nasabah harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang kali dengan nasabah. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang

⁴⁰ Dasgupta, P. 1988. *Trust as a Commodity*. Cambridge: The Bodleian Library University of Oxford



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.

individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang. Peppers and Rogers dalam Astri menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:

- 1) Kredibilitas. Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “saya dapat mempercayai apa yang dikatakannya mengenai” bentuk lain yang berhubungan adalah *believability* dan *truthfulness*.
- 2) Reliabilitas. Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat *reliable* atau dapat dihandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan; “saya dapat mempercayai apa yang akan dilakukannya” Bentuk lain yang berhubungan adalah *predictability* dan *familiarity*
- 3) *Intimacy*. Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi



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.

antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan.

c. Kepercayaan Menurut Ekonomi Islam

Muamalah adalah ajaran Islam yang menyangkut aturan-aturan dalam menata hubungan antar sesama manusia agar tercipta keadilan dan kedamaian dalam kebersamaan hidup manusia. Aspek muamalah merupakan bagian prinsipal dalam Islam karena dengannyalah kehidupan bersama manusia ditata agar tidak terjadi persengketaan dalam kontak sosial antara satu pihak dengan pihak lainnya dalam masyarakat. Dengan demikian muamalah menjadi sangat penting. Manusia menurut ajaran Islam adalah khalifah di muka bumi, bertugas menata kehidupan sebaik mungkin sehingga tercipta kedamaian dalam hidup di tengah manusia yang dinamis. Kehidupan damai tidak serta merta, akan tetapi diciptakan dan dirancang. Maka perlu diciptakan perangkat-perangkat dan aparat-aparat untuk menciptakan perdamaian tersebut.

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata shadiq ‘orang yang jujur’ berasal dari kata shiddiq ‘kejujuran’. Kata shiddiq adalah bentuk penekanan (mubalaghah) dari shadiq dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, di dalam jiwa seseorang yang jujur itu terdapat komponen nilai ruhani 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.

memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.⁴¹

Perilaku jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya. Seseorang tidak cukup hanya memiliki sifat keikhlasan dan kejujuran, tapi dibutuhkan juga nilai pendorongnya, yaitu integritas. Akibatnya, mereka siap menghadapi risiko dan seluruh akibatnya dia hadapi dengan gagah berani, kebanggaan, dan penuh suka cita, dan tidak pernah terpikirkan untuk melemparkan tanggung jawabnya kepada orang lain.⁴²

Sifat Jujur (*Siddiq*) dan dapat dipercaya (amanah) haruslah dimiliki oleh seorang pebisnis. Lebih lengkapnya, amanah dapat diartikan sebagai “dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel”. Konsep amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya. Kedua sifat ini haruslah menjadi visi misi bagi setiap muslim. Karena setiap muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala menepati amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas, integritas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena

⁴¹ Toto Tasmara, *Loc.Cit.*

⁴² *Ibid*, h. 81



dilandasi rasa percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab seseorang khususnya seorang pebisnis dan usahanya akan hancur. Maka setiap individu sedikit banyak harus menekankan pada dirinya agar tidak mengambil lebih banyak daripada yang ia miliki dan tidak mengurangi hak orang lain, baik itu berupa hasil penjualan, fee, jasa atau upah buruh.⁴³

Jika berkaca kepada Rasulullah Saw, hubungan antara kejujuran dan dapat dipercaya terhadap keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran dan kepercayaan akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan.⁴⁴ Sebaliknya, seorang yang berkhianat cepat atau lambat pasti usahanya akan mati. Karena Allah tidak suka orang-orang yang berkhianat dan tidak merestui tipu dayanya, dan orang yang mengkhianati amanah termasuk salah satu sifat orang munafik. Amanah merupakan hak bagi mukallaf yang berkaitan dengan hak orang lain untuk menunaikannya karena menyampaikan amanah kepada orang yang berhak memilikinya adalah suatu kewajiban.

⁴³ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 69

⁴⁴ Khat Ismanto, *Loc.Cit.*

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.

C. Penelitian Relevan

Hasil penelitian terdahulu yang relevan ialah kumpulan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan relevan, yang mana penelitian-penelitian tersebut memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut akan dipergunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang relevan ialah:

1. Menurut Ridhon MB Simangunsong dan Morina. JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Volume 1, Nomor 2, 2021 P-ISSN 2798-5024 (Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, harga, dan kepercayaan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.⁴⁵
2. Menurut Asrizal Efendy Nasution dkk. PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis) Volume 1, No. 1, 2019, ISSN: 2714-8785 (Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, harga, kepercayaan

⁴⁵ Ridhon MB Simangunsong dan Morina, "Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan", JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, P-ISSN 2798-5024, Vol. 1. No. 2. 2021, h.90



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 Karakteristik Konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart di Kota Medan.⁴⁶

3. Menurut Dita Aprilia Nur Pratiwi dan Suwitho, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 9, No. 8, 2020, e-ISSN: 2461-0593 (Pengaruh Promosi *Online*, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online Shop* Shopee). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, harga, dan kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada toko *online shop* Shopee⁴⁷
4. Menurut Silvia Sari. S dan Mastono. Jurnal Procuratio Volume 5, No. 1, 2017, e-ISSN: 2580-3743 (Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.co.id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia). Dari hasil penelitian yang didapatkan dari uji t parsial ditemukan bahwa variabel independen promosi berpengaruh signifikan sementara harga dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan. Namun semua variabel berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online di lazada.co.id.⁴⁸

⁴⁶ Asrizal Efendy Nasution dkk, “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan”, PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis), ISSN: 2714-8785, Vol 1, No. 1, 2019, h.225

⁴⁷ Dita Aprilia Nur Pratiwi dan Suwitho, “Pengaruh Promosi Online, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Shopee”, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 9, No. 8, 2020, h. 20

⁴⁸ Silvia Sari. S dan Mastono, “Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.co.id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia”, Jurnal Procuratio, e-ISSN: 2580-3743, Vol. 5, No. 1, 2017, h. 54



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.

5. Menurut Fredianiaka Istanti. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya* Volume 4, No. 1, 2017, ISSN: 2355-8865 (Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Kota Surabaya). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kepercayaan, kemudahan berbelanja dan e-promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian.⁴⁹
6. Menurut Nailil Adhawiyah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 7, No. 6, 2018, e-ISSN: 2461-0593 (Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.⁵⁰

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni dalam penelitian ini menggunakan konsep syariah dalam indikator variabelnya dan lokasi penelitian yang berlokasi di AET Travel cabang 50 kota Payakumbuh. Yang mana belum terdapat peneliti yang meneliti di tempat tersebut

D. Konsep Operasional

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga jenis variable yaitu:

⁴⁹ Fredianiaka Istanti, *Loc. Cit.*

⁵⁰ Nailil Adhawiyah, *Loc. Cit.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*), yaitu variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variabel independen. Variasi perubahan variabel dependen ditentukan oleh variasi perubahan variabel independen.⁵¹ Variabel dependen disebut juga dengan variabel Y dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.
2. Variabel Bebas (*Independence Variable*), yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel yang lain. Variasi perubahan variabel independent akan berakibat terhadap variasi perubahan variabel dependen.⁵² Variabel ini biasanya dinotasikan dengan simbol X. *Independence variable* dalam penelitian ini adalah Promosi, Harga dan Kepercayaan.

⁵¹ Suliyanto, "Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS", (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2011), h. 8

⁵² M. Nang Firmansyah, "Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy", (Pasuruan : Penerbit Qiara Media, 2019), hlm. 2

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 II.1
Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Promosi	Informasi untuk menarik minat konsumen agar tertarik membeli produk yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Pemasaran Langsung 4. Keragaman Media 5. Hubungan Masyarakat 	Likert
Harga	Harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas sehingga mereka berpendapat bahwa pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga hanya dalam kondisi tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga atau <i>Tsaman al Mitsli</i> 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat atau <i>Iwad al Missli</i> 	Likert
Kepercayaan	Kepercayaan adalah perilaku individu, yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsistensi 2. Kredibilitas 3. Keterbukaan 4. Jujur 5. <i>Adl</i> 	Likert

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.

Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk memuaskan dirinya dengan membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa dan kesediaannya dalam menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Islam juga mengajarkan umatnya untuk mengatur keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran dengan cara mengatur konsumsi secara baik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Sederhana 7. <i>Maslahah</i> 	Likert
---------------------	---	---	--------

E. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan dasar dalam menggambarkan alur pemikiran dari penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, observasi serta telaah kepustakaan yang memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Kerangka ini menerangkan hubungan dan keterikatan antar variabel-variabel penelitian secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, untuk

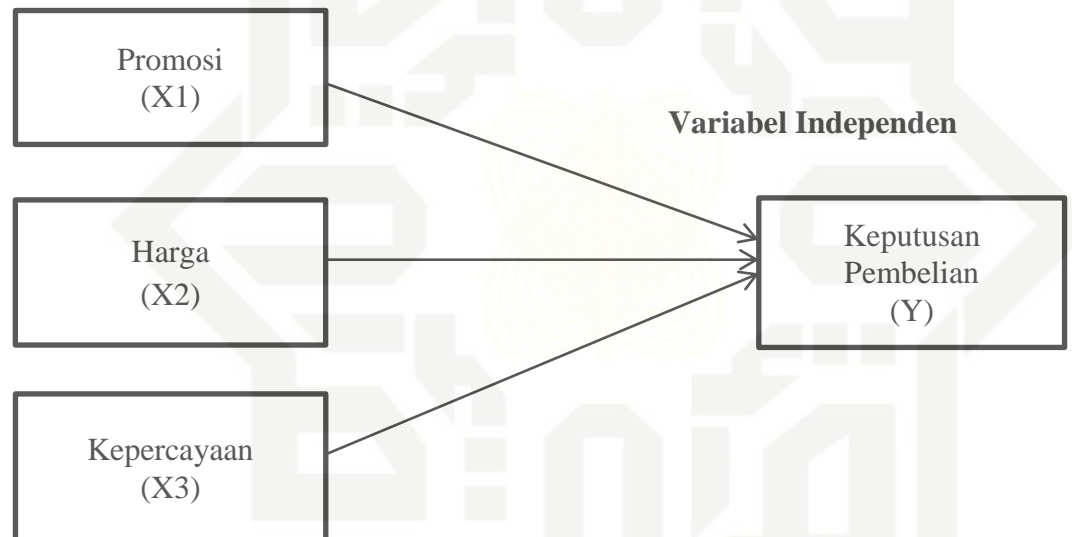
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

menjawab permasalahan dalam rangka memberikan penjelasan terhadap hipotesis yang diajukan oleh peneliti.⁵³

Berdasarkan penjabaran diatas, maka judul penelitian “Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, dapat dibuat kerangka pemikirannya sebagai berikut:

Variabel Independen



Gambar II.2
Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Umrah dan Haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sesuatu yang dianggap benar berdasarkan suatu alasan atau pengutaraan pendapat yang kebenarannya harus

⁵³ Riduan, “Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula”, (Bandung : CV Alfabeta, 2010), hlm. 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dibuktikan. Maka hipotesis sering kali dikatakan sebagai pernyataan mengenai sesuatu hal yang harus dibuktikan atau diuji kebenarannya.⁵⁴

Maka berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi dapat dikatakan ujung tombak dalam kegiatan *marketing mix* guna mempromosikan atau menyebarkan informasi terkait seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi memiliki peranan penting demi tercapainya tujuan dan sukses perusahaan dalam meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Ridhon MB Simangunsong dan Morina tentang Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁵⁵

H1 : Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamaah umrah dan haji AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh menurut perspektif ekonomi syariah.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

⁵⁴ Haddy Suprpto, *Metodologi Penelitian Untuk Karya Ilmiah*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2017), h. 59

⁵⁵ Ridhon MB Simangunsong dan Morina, *Loc. Cit.*



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.

konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian Asrizal Efendy Nasution dkk tentang Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁵⁶

H2 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamaah umrah dan haji AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh menurut perspektif ekonomi syariah.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian

Apabila perusahaan telah mampu memberikan apa yang pelanggan harapkan dan inginkan maka akan timbul trust (kepercayaan) dari pelanggan dimana salah satu indikasi bahwa adanya kepercayaan dari konsumen adalah melakukan pembelian kembali terhadap produk tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Fredianiaka Istanti tentang Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

⁵⁶ Asrizal Efendy Nasution dkk. *Loc. Cit.*

H3: Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamaah umrah dan haji AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh menurut perspektif ekonomi syariah.



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

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematika, utamanya statistik.⁵⁷

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang mencari sumber data primer langsung ketempat yang menjadi sasaran penelitian yaitu di AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman KM 09, Sarilamak, Kec. Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. AET Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan pariwisata yang meliputi Tours & Travel, penjualan tiket pesawat (online), perjalanan wisata dalam dan luar negeri, hotel *reservation* dan lain-lain yang memiliki banyak cabang di beberapa kota khususnya di pulau Sumatera

⁵⁷ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta : Budi Utama, 2019), h. 4



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 Jawa. AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh sendiri merupakan salah satu cabang yang tergabung di AET Travel. Penulis hanya memfokuskan penelitian di AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah jamaah pada AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah pengaruh promosi, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jamaah di AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh menurut perspektif ekonomi syariah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁸ Populasi adalah jumlah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah jamaah umrah dan haji AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh pada tahun

⁵⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), h. 115

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.

2019-2022M yang jumlahnya secara keseluruhan sebanyak 1626 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar atau banyak, sulit bagi peneliti untuk meneliti keseluruhannya, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Maka sampel yang diambil haruslah benar-benar representatif (mewakili).⁵⁹ Proses pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti sehingga dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel pada penelitian ini berjumlah 321,02 orang atau akan digenapkan sebanyak 321 orang.

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

Di mana:

n = Sampel

N = Populasi

e = tingkat kesalahan (0,05)

E. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif terdiri dari data primer dan sekunder, yaitu :

⁵⁹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 81



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Data primer, merupakan data langsung data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.⁶⁰ Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden yaitu jamaah AET Travel cabang 50 Kota Payakumbuh
2. Data sekunder, merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain), atau data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁶¹ Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari perpustakaan, jurnal-jurnal atau dari laporan-laporan terdahulu.

F. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan alat pengumpulan data berupa:

- a. Observasi yaitu cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti.⁶²
- b. Wawancara yaitu proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dua orang atau lebih bertatap muka

⁶⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), h. 19

⁶¹ *Ibid.*, hlm. 27-28

⁶² Lukiran Taniredja, Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2014), Cet-3, h. 47

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.

mendengarkan langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.⁶³

- c. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau daftar isian terhadap objek yang diteliti.⁶⁴
- d. Dokumentasi yaitu pengumpulan data dan literatur-literatur tertulis dan data-data yang bersumber dari perusahaan untuk menelusuri data historis.⁶⁵

2. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.1
Pengolahan Data⁶⁶

Tujuan Penelitian	Teknik Analisa
T-1: Pengaruh X_1, X_2, X_3 , terhadap Y	Regresi Linear Berganda

Dalam suatu penelitian, data merupakan data yang sangat penting. Sebelum melakukan penyebaran angket/kuesioner, penentuan skala pengukuran kuesioner adalah langkah pertama yang dilakukan agar mempermudah proses pengolahan data yang menggunakan software SmartPLS, sebuah software yang dirancang untuk membantu mengolah data secara statistik. Angket yang diajukan kepada

⁶³ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Budaya*, (Jakarta : Kencana, 2008), h. 108

⁶⁴ Cholib Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 76

⁶⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, jilid 1, (Yogyakarta : Andi, 2002), h. 133

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 329

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.

responden adalah angket yang bersifat tertutup. Angket diajukan dengan menggunakan skala Likert meliputi skala 1 sampai 5.

Tabel III.2
Bobot Penilaian Skala⁶⁷

Sangat Setuju (SS)	Skor 5
Setuju (S)	Skor 4
Ragu-ragu (R)	Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

Sumber: Supranto, 2003

G. Teknik Analisis Data

Metode analisa data adalah suatu tahapan yang sangat penting dalam suatu penelitian sehingga akan mendapatkan hasil yang akan mendekati kebenaran yang ada. Adapun teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah korelasi kuantitatif, dimana penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis data untuk pengujian hipotesis adalah Partial Least Square (PLS) menggunakan aplikasi perangkat lunak SmartPLS ver 3.0 M3. Partial Least Square (PLS) merupakan alat yang handal untuk menguji model prediksi karena memiliki keunggulan yaitu tidak mendasarkan pada berbagai asumsi, dapat digunakan pada data yang mengalami masalah dengan asumsi klasik

⁶⁷ Supranto, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Ed Ke-7, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), h. 132



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.

seperti tidak berkontribusi normal, masalah multikolinieritas dan masalah autokorelasi, dapat digunakan untuk ukuran sampel yang kecil dan dapat digunakan untuk konstruks formatif dan reflektif.⁶⁸

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas melalui proses iterasi alogaritma sehingga dihasilkan parameter model pengukuran, termasuk ni R2 sebagai ketepatan model prediksi. Sedangkan model struktural digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten melalui prose bootstrapping yang menghasilkan parameter uji t-statistik untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas.⁶⁹

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka peneliti menggunakan PLS sebagai alat untuk menganalisis sekaligus memprediksi ada atau tidaknya variabel laten indepeden dan variabel laten dependen dalam penelitian ini.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik PLS yang dilakukan dengan dua tahap yaitu:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model adalah hubungan antara indikator dengan konstruknya. Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Analisa outer model ini menyepifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator

⁶⁸ Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 38.

⁶⁹ *Ibid.*, h. 42.



berhubungan dengan variabel latennya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator, yakni *convergent validity*, *discriminant validity* dan *unidimensionality*. Termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi.⁷⁰

a. Convergent Validity

Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya serta dapat menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima dengan kriteria-kriteria tertentu. Prosedur pengujian validitas adalah *convergent validity* yaitu dengan mengkorelasikan skor item (*component score*) dengan *construct score* yang kemudian menghasilkan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan tinggi jika komponen berkorelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai *loading* dari setiap indikator variabel laten memiliki nilai *loading* yang paling besar daripada nilai *loading* variabel laten lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average*

⁷⁰ *Ibid.*, h. 57.

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.

Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara variabel lainnya dalam model.⁷¹ Untuk lebih jelas lagi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel III.3
Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
<i>Convergent</i>	<i>Loading factor</i>	> 0,7
<i>Discriminant</i>	Korelasi variabel laten	Nilai <i>loading</i> variabel laten > variabel laten lainnya
	<i>Cross loading</i>	> 0,7 dalam satu variabel

Kriteria validitas dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing konstruk. Reliabilitas menyatakan sejauh mana hasil atau pengukuran dapat dipercaya serta memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai *composite reliability* di atas 0,7 dan *AVE* berada di atas 0,5 serta *cronbach's alpha* harus lebih dari 0,6.⁷² Perhatikan tabel di bawah ini.

Tabel III.4
Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas

Parameter	Rule of Thumbs
<i>Composite reliability</i>	> 0,7
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,5
<i>Cronbachs Alpha</i>	> 0,6

⁷¹ *Ibid.*, h. 62.

⁷² *Ibid.*, h. 63.



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.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural (*inner model*) merupakan model untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Tujuan dari uji model struktural (*inner model*) adalah melihat korelasi antara konstruk yang diukur yang juga merupakan uji t dari *partial least square* itu sendiri. Nilai R² digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R² berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Kemudian langkah selanjutnya adalah estimasi koefisien jalur yang merupakan nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural yang diperoleh dengan prosedur *bootstrapping* dengan nilai yang dianggap signifikan jika nilai t statistik lebih besar dari 1,96 (significance pada alpha 5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai t statistik > t tabel maka pengaruh yang terjadi adalah signifikan dan hipotesis nol ditolak.
- Jika nilai t statistik < t tabel maka pengaruh yang terjadi adalah tidak signifikan dan hipotesis nol diterima.

Ada beberapa perhitungan lain dalam model ini, sebagai berikut:

a. *Prediction Relevance (Q-Square)*

pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi tentang seberapa baik nilai yang dihasilkan. Nilai *Q-Square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai

predictive relevance, sedangkan *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Apabila nilai yang didapatkan 0,02 (kecil); 0,15 (sedang) dan 0,35 (besar).

b. *Effect Size (F-Square)*

Digunakan untuk melihat pengaruh prediktor variabel laten pada level struktural. Adapun interpretasi nilai *F-Square* yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.⁷³

UIN SUSKA RIAU

⁷³ *Ibid.*, h. 81.

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 V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan jamaah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh. Diperoleh nilai koefisien sebesar 0,238 dengan t-statistics sebesar 4,710 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t statistik (4,710) lebih besar dari t table (1,967) atau P value (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jamaah AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh, sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
2. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan jamaah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh. Diperoleh nilai koefisien sebesar 0,336 dengan t-statistics sebesar 6,193 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t statistik (6,193) lebih besar dari t table (1,967) atau P value (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.

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. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan jamaah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh. Diperoleh nilai koefisien sebesar 0,291 dengan t-statistics sebesar 5,077 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t statistik (5,077) lebih besar dari t table (1,967) atau P value (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh yaitu:
 1. Untuk terus mengencangkan promosi. Karena promosi merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam menarik minat calon jamaah hingga terjadi keputusan pembelian terhadap paket-paket ibadah umrah dan haji yang akan ditawarkan.
 2. Karena harga adalah salah satu pertimbangan utama masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian paket-paket ibadah umrah dan haji yang akan ditawarkan, untuk itu diharapkan AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh mampu menyugahi harga yang bersaing tentunya dengan kualitas dan manfaat yang konsisten mampu dirasakan sama dengan harga yang harus dibayarkan oleh calon jamaah.



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. Kepercayaan menjadi faktor besar selanjutnya yang harus mampu dijaga oleh AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh baik sebelum maupun setelah jamaah melakukan pembelian paket-paket ibadah umrah dan haji. Kepercayaan yang mampu dijalin dan terbangun dengan para jamaah tidak saja mampu menghasilkan keputusan pembelian tapi juga loyalitas para jamaah terhadap travel.

b. Peneliti Selanjutnya

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi tambahan untuk penelitian yang sama di area dan responden yang lebih luas atau diberlakukan pada objek yang berbeda. Perlu dilakukan tambahan variabel lebih banyak lagi yang dapat memengaruhi keputusan pembelian paket ibadah umrah dan haji selain variabel penelitian ini.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggali lebih dalam mengenai variabel-variabel apa saja yang dapat memengaruhi keputusan pembelian paket ibadah umrah dan haji baik di AET Travel maupun travel-travel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

© 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.

- Ajat Rukajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Akhmad Mujahidin. 2013. *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asrizal Efendy Nasution dkk. 2019. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis) Vol 1, No. 1. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha. 2009. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Burhan Bungin. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Budaya*. Jakarta: Kencana.
- Cholib Narbuko dan Abu Ahmadi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dita Aprilia N.P, Suwitho. 2020. *Pengaruh Promosi Online, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Shopee*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 9, No. 8. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Dwi Priyanto. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dan SPSS17*. Yogyakarta: ANDI.
- Firmansyah. 2019. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Yogyakarta: Qiara Media.
- Freddy Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fredianiaka Istanti. 2017. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya*. Jurnal Bisnis & Teknologi



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

Politeknik NSC Surabaya, Vol. 4, No. 1. Surabaya: Politeknik NSC Surabaya .

Gugup Kismo. 2011. *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Haddy Suprpto. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Hasan Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.

Herry Sutanto dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

<https://haji.kemenag.go.id/v4/waiting-list> diakses pada tanggal 20 September 2022

Iqbal Hasan. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara.

Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

J. Paul Peter, Jerry C Olson. 2002. *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kuat Ismanto. 2009. *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

M. Nang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Pasuruan : Penerbit Qiara Media.

Muhammad, Alimin. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFEE.

Mustafa Edwin Nasution. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

Mohamad Hidayat. 2010. *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim.

Nailil Adhawiyah. 2018. *Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 7, No. 6. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Nikolaus Duli. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta : Budi Utama.



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
- Nur Rianto Al Arif, Euis Amalia. 2010. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Nurul Huda, Khamim Hudori, dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok : Kencana.
- Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran, terjemahan Benyamin*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Redi Panuju. 2019. *Komunikasi Pemasaran, Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Ridhon MB Simangunsong, Morina. 2021. *Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan*. JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Vol 1, No. 2. Medan: Universitas HKBP Nommensen
- Riduan. 2010. *“Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula”*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sentot Imam Wahjono. 2009. *Manajemen Pemasaran Bank*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Silvia Sari. S dan Mastono. 2017. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.co.id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia*. Jurnal PROCURATIO Vol. 5, No. 1. Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pelita Indonesia
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Supranto. 2003. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Ed Ke-7. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. 2002. *Metodologi Research*, jilid 1. Yogyakarta: Andi
- Toto Tasmara. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Tukiran Taniredja, Hidayati Mustafidah. 2014 *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Stage Islamic University of Sunan Syarif Kasim Riau



Verthzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani, dkk. 2017. *Islamic Marketing Manajemen, Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah Saw.* Jakarta : Bumi Aksara.

Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: Andi.

Yilmaz, A & Atalay, C.G. 2009. *A Theoretical Analyze on The Concept of Trust in Organisational Life.* Jurnal European Journal of Social Sciences, 8(2).

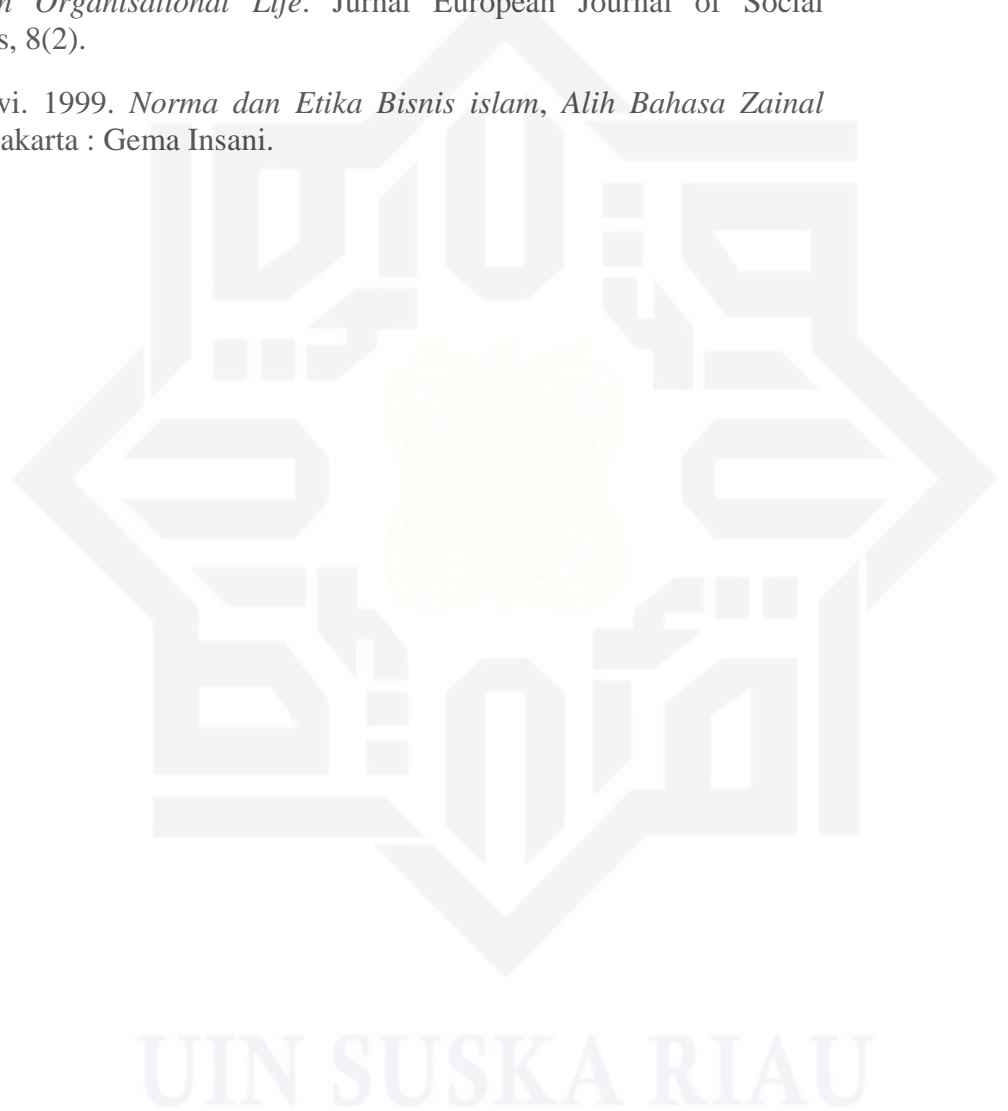
Yusuf Qardhawi. 1999. *Norma dan Etika Bisnis islam, Alih Bahasa Zainal Arifin.* Jakarta : Gema Insani.

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.



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Jamaah Umrah dan Haji pada AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Bapak/Ibu, saya memohon dengan hormat kesediaan untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu sekalian, saya ucapkan banyak terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia* : 23 – 29 Tahun
 30 – 36 Tahun
 37 – 44 Tahun
 > 45 Tahun
3. Jenis Kelamin* : Laki-laki Perempuan
4. Status Pekerjaan* : Pegawai/Karyawan Petani
 Pedagang Guru Lainnya
5. Pendapatan* : < Rp. 1.000.000
 Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000
 Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000
 Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000
 > Rp. 7.000.000
6. Pendidikan Terakhir* : SMP
 SMA
 S-1

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.



- 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.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Isilah kolom Identitas Responden yang telah disediakan
2. Berilah tanda (√) pada setiap pernyataan yang Bapak/Ibu pilih
3. Terdapat lima pilihan alternatif jawaban dengan kategori jawaban sebagai berikut:
 - SS : Sangat Setuju**
 - S : Setuju**
 - R : Ragu-ragu**
 - TS : Tidak Setuju**
 - STS : Sangat Tidak Setuju**
4. Setiap pertanyaan hanya dibutuhkan satu jawaban
5. Dimohon kepada Bapak/Ibu untuk mengisi jawaban dengan sebenar-benarnya
6. Terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu

DAFTAR KUESIONER

1. VARIABEL PROMOSI (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1	Iklan yang dilakukan AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh tersebar secara luas sehingga saya dengan mudah mengetahui paket ibadah umrah dan haji yang ditawarkan.					
2	Tawaran harga promo diwaktu-waktu tertentu membuat saya tertarik untuk membeli paket ibadah umrah dan haji yang ditawarkan.					
3	Saya merasa penjualan secara langsung efektif di masa sekarang.					
4	AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh melakukan promosi diberbagai media sosial seperti instagram, facebook, siaran langsung, dan lain-lain.					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5 Saya mengetahui AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh melalui kegiatan yang mereka prakarsai.

2. VARIABEL HARGA (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1	Harga paket ibadah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.					
2	Harga paket ibadah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh mampu bersaing dengan paket ibadah umrah dan haji travel lain yang sejenis.					
3	Harga paket paket ibadah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh sesuai dengan kualitas produk yang saya rasakan.					
4	Harga paket paket ibadah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					

3. VARIABEL KEPERCAYAAN (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1	AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh tidak pernah mengecewakan saya sejak pertama kali mendaftar.					
2	AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh memberi jaminan kepuasan kepada jamaah.					
3	Saya percaya AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh tidak akan pernah untuk menelantarkan jamaah atau tidak memberangkatkan.					
4	AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh jujur					

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 tulus dalam menangani permasalahan saya.					
5	AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh memberi kompensasi dengan beberapa cara ketika terjadi perubahan pada paket ibadah umrah dan haji.					

4. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya memilih AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh karena varian paket ibadah umrah dan hajinya banyak.					
2	Saya memilih AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh karena lebih unggul dibandingkan dengan lainnya.					
3	Saya memutuskan untuk membeli paket ibadah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh setelah membandingkan dengan travel lainnya.					
4	Saya melakukan pembelian pada paket ibadah umrah dan haji yang memiliki harga yang terjangkau.					
5	Saya memilih paket ibadah umrah dan haji yang ditawarkan AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh karena saya telah memiliki ikatan emosional yang meyakini bahwa AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh berkualitas.					
6	Saya memilih paket ibadah umrah dan haji AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh sesuai dengan <i>budget</i> yang saya miliki.					
7	Saya melakukan pembelian dengan mengedepankan <i>masalah</i> .					

LAMPIRAN 2

IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan	Pendidikan Terakhir
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	30 - 36 Tahun	Lainnya	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	> Rp. 7.000.000	SMA
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-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.

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.

Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	30 - 36	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-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.

	Tahun			
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA

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.

Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	< Rp. 1.000.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pedagang	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-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.

Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMP
Perempuan	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-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.

Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perempuan	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMP
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA

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.

Perempuan	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA



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.

Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	SMP
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMP
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-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.

Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-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.

Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA

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.

	Tahun			
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-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.

Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Pegawai	< Rp. 1.000.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	37 - 44	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-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.

	Tahun			
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	> Rp. 7.000.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMP
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	30 - 36 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Petani	< Rp. 1.000.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	30 - 36 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-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.

Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Guru	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Lainnya	< Rp. 1.000.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Pedagang	Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000	SMP
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Guru	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Laki-laki	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Lainnya	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	SMA
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1
Perempuan	37 - 44 Tahun	Pedagang	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	S-1
Perempuan	> 45 Tahun	Petani	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000	SMP
Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000	S-1

LAMPIRAN 3

HASIL KUISIONER

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	3	3	1	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	5	5	5	4	2	2	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4
4	3	5	3	4	1	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3
4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4
3	5	5	3	3	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	5	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3
3	4	4	2	2	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	5	1	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3
5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2
4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
2	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	3

- Hal-hal yang Diindungi Undang-Undang
- © Dakiciptam Irik 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.



© **Dak Ciptam Rik UIN Suska Riau**
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4
4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
4	3	4	2	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3
2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
4	3	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	5	5	4	5	5	5	5	2	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	3	5	5	4	3	1	3	4	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	4	3
2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	2	3	4	4	5	4	2	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5
2	3	2	4	2	2	1	2	1	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	1
4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4
4	2	2	3	2	2	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3

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.

© **State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
4	2	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4
4	2	4	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2	4	4	3	2	3	2	2	3
4	3	4	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	2	2	2	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	5
2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	2	2
4	2	4	2	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	2	3	3	3
2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	1	2	2	2	2	2	2
2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3
4	3	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	3
3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	5	3	4	4	4	4	4
4	4	5	3	5	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
2	3	5	4	3	5	2	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4
3	3	4	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	3	2
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	3	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	3	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4
3	3	5	2	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
3	3	4	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
4	3	4	2	3	4	4	2	3	4	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	2	2	4	2	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	2	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
5	5	5	2	2	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
4	2	2	4	3	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
2	3	3	4	5	2	3	5	5	2	3	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4
3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	1	1	3	3	4	2	2	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5
4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3

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.

© UIN Suska Riau
 Hal-hal yang Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
4	3	4	4	5	4	4	4	3	1	1	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	2	2	2	2	4	4	4
2	3	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
2	3	2	4	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2
4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
4	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3	4
3	4	4	3	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4
4	2	2	2	2	2	4	3	1	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4
4	3	4	4	2	4	4	4	5	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4

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.

© **State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
2	2	2	3	3	2	2	2	3	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	1	2	1	1	3	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1
4	5	5	3	3	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	3	5
3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5
4	4	4	3	2	3	4	3	1	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4
4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
3	3	4	2	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5
3	3	4	2	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4
3	3	5	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	5	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	3	2	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4
5	4	4	3	2	3	3	5	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4
4	4	4	3	3	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
3	4	4	3	1	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3

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.



© **Dak Ciptam Nik UIN Suska Riau** State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
3	4	5	2	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	2	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	2	2	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
3	3	4	2	3	4	2	4	1	2	1	3	2	2	4	4	4	4	3	3	5
4	2	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
3	3	4	2	3	2	3	3	2	1	4	2	3	1	4	4	2	2	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4
3	4	4	1	1	3	2	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
4	4	5	4	2	5	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3

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.

© Dak Iqbal
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	5
4	3	4	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	2	4	2	2	3	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5
4	2	5	2	4	5	4	5	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	2	3	2	3	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
3	3	4	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
3	3	4	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
4	4	3	2	2	5	5	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4
3	4	4	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4

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.

© **Dr. H. Kasim Syarif Kasim Riau**
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
2	2	5	2	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	3	4	3	3	2	1	2	3	2	3	4
3	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
3	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
4	3	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
3	3	4	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	4	2	2	3	3	4	2	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3
4	2	4	2	2	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	2	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	2	3	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	2	2	2	4	4	3	3	3	4	5	3	4	5	3	3	4	4	3
4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	3	4	4	3	4	4
4	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	3	2	4

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.

© **State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

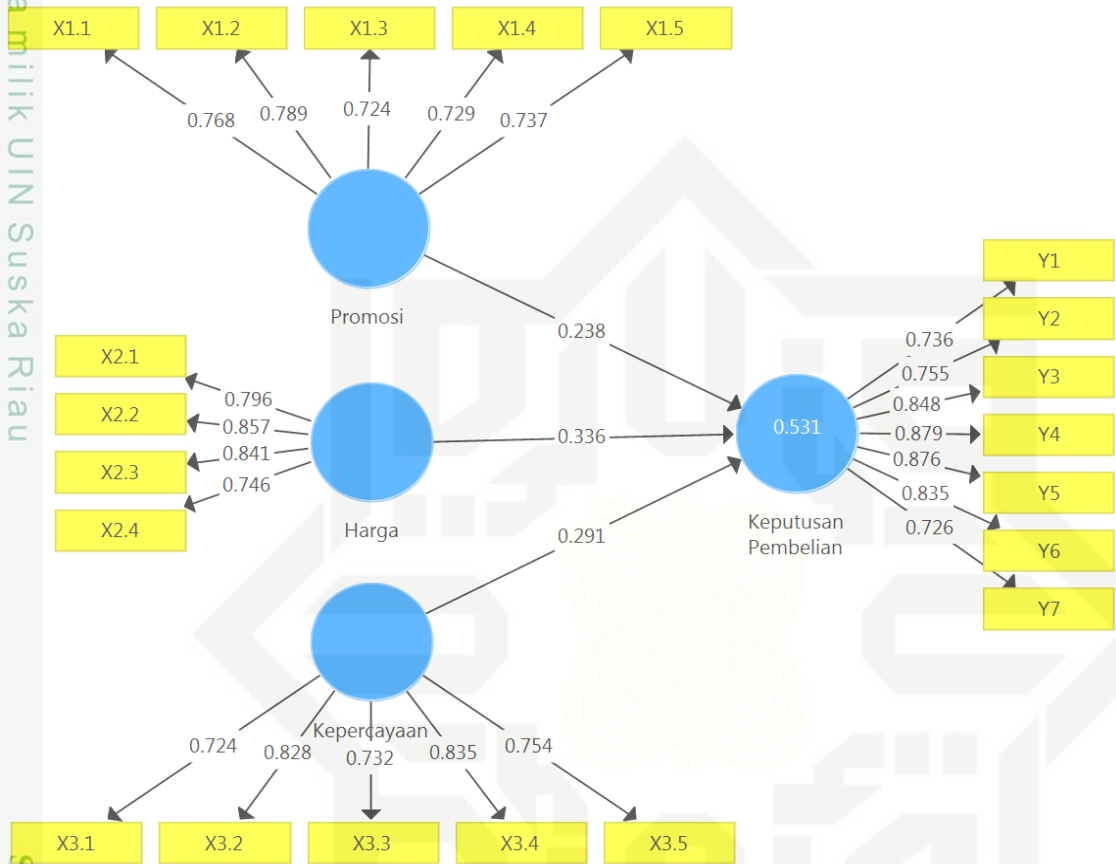
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
2	3	1	1	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	4	4	3	3	2	4	3
4	3	1	1	2	1	1	2	3	4	2	3	2	2	3	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
3	3	4	3	3	2	2	3	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	3	4	2	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	1	1	1	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	2	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3
4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	2	2	3	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	3	5	3	2	3	2	2	3	2	3	5	3	2	3	5	4	4	4	4	4
2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4
3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	4	5	2	3	4	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	5	2	3	4	2	3	3	3	4	3
4	4	4	2	3	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	3	3	1	1	1	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	5	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	1	1	1	1	3	1	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3

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 3

Model Pengukuran (*Outer Model*)



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.

Loading Factor

Indikator	Harga	Kepercayaan	Keputusan Pembelian	Promosi
X1.1				0.768
X1.2				0.789
X1.3				0.724
X1.4				0.729
X1.5				0.737
X2.1	0.796			
X2.2	0.857			
X2.3	0.841			
X2.4	0.746			
X3.1		0.724		
X3.2		0.828		
X3.3		0.732		
X3.4		0.835		
X3.5		0.754		
Y1			0.736	
Y2			0.755	
Y3			0.848	
Y4			0.879	
Y5			0.876	
Y6			0.835	
Y7			0.726	

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.

Discriminant Validity / Cross Loading

Indikator	Harga	Kepercayaan	Keputusan Pembelian	Promosi
X1.1	0.394	0.381	0.455	0.768
X1.2	0.385	0.387	0.447	0.789
X1.3	0.437	0.416	0.401	0.724
X1.4	0.445	0.388	0.405	0.729
X1.5	0.464	0.330	0.443	0.737
X2.1	0.796	0.467	0.489	0.542
X2.2	0.857	0.493	0.565	0.455
X2.3	0.841	0.515	0.562	0.434
X2.4	0.746	0.451	0.463	0.409
X3.1	0.437	0.724	0.419	0.381
X3.2	0.513	0.828	0.540	0.379
X3.3	0.355	0.732	0.416	0.349
X3.4	0.541	0.835	0.536	0.480
X3.5	0.436	0.754	0.440	0.368
Y1	0.561	0.504	0.736	0.455
Y2	0.443	0.386	0.755	0.382
Y3	0.525	0.516	0.848	0.467
Y4	0.536	0.530	0.879	0.468
Y5	0.569	0.569	0.876	0.542
Y6	0.552	0.513	0.835	0.556
Y7	0.437	0.415	0.726	0.349

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.

Construct Validity dan Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Harga	0.826	0.834	0.885	0.658
Kepercayaan	0.834	0.846	0.883	0.602
Keputusan Pembelian	0.912	0.919	0.930	0.656
Promosi	0.805	0.807	0.865	0.562

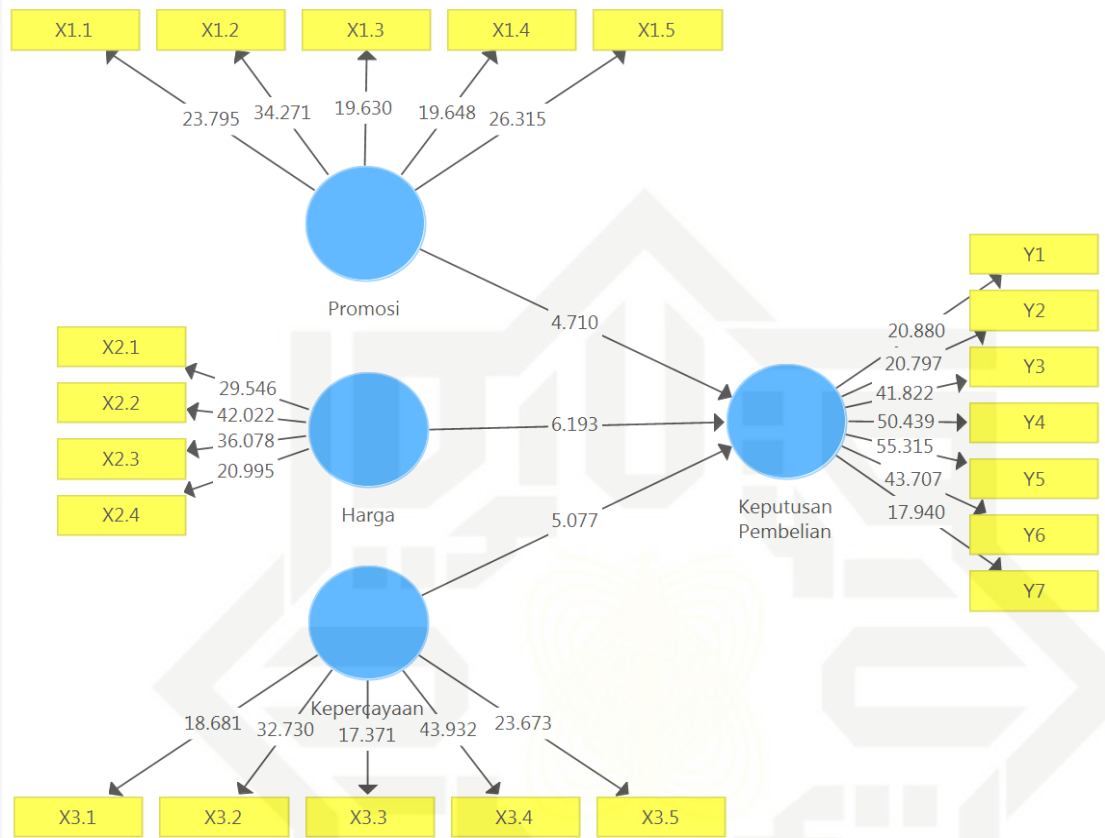
R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Pembelian	0.531	0.527

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.

Bootstrapping



Result For Inner Weights

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Harga -> Keputusan Pembelian	0.336	0.336	0.054	6.193	0.000
Kepercayaan -> Keputusan Pembelian	0.291	0.293	0.057	5.077	0.000
Promosi -> Keputusan Pembelian	0.238	0.237	0.050	4.710	0.000

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.

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.

F-Square

Variabel	Keputusan Pembelian
Harga	0.133
Kepercayaan	0.109
Promosi	0.077

Q-Square

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Harga	1.284.000	1.284.000	
Kepercayaan	1.605.000	1.605.000	
Keputusan Pembelian	2.247.000	1.486.776	0.338
Promosi	1.605.000	1.605.000	



Certificate Number: 010/GLC/EPT/VIII/2022

ENGLISH PROFICIENCY TEST® CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : Mohammad Filbert Musnal
 ID Number : 1471031409960001
 Test Date : 06-08-2022
 Expired Date : 06-08-2024

achieved the following scores:

Listening Comprehension : 47
 Structure and Written Expression : 44
 Reading Comprehension : 47
 Total : 460



Powered by e-test.id



Izin No: 420/BID.PAUD.PNF.2/VIII/2017/6309

Under the auspices of:
 Global Languages Course
 At: Pekanbaru
 Date: 08-08-2022

Liaty Marta Kalisah, M. Pd
 Global Languages Course Director

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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t



الشهادة

اختبار كفاءات اللغة العربية لغير الناطقين بها

يشهد العلق بأن:

Mohammad Filbert Musnal : سيد / ة
 1471031409960001 : رقم الهوية
 07-08-2022 : تاريخ الاختبار
 07-08-2024 : الصلاحية

قد حصل/ت على النتيجة في اختبار الكفاءات في اللغة العربية لغير الناطقين بها

الاستماع : 46
 القواعد : 45
 القراءة : 46
 المجموع : 457

الترقيم التعريفي

No. 719/GLC/APT/VIII/2022



Powered by e-test.id

الأمين العام

أدي خير الدين الماجستير



Hak cipta milik 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Izin No: 420/BID.PAUD.PNF.2/VIII/2017/6309

Under the auspices of:
 Global Languages Course
 At: Pekanbaru
 Date: 08-08-2022

UIN Suska Riau



UIN SUSKA RIAU



158

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 Po.BOX. 1004
Phone & Fax (0761) 858832. Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id>. Email : pasca@uin-suska.ac.id.

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

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

Nomor : B-2229/Un.04/Ps/HM.01/06/2023

Pekanbaru, 27 Juni 2023

Jumlah : 1 berkas

Tujuan : Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
Satu Pintu Prov. Riau
Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: MOHAMMAD FILBERT MUSNAL
NIM	: 22090312882
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: VI (Enam) / 2023
Judul Tesis/Disertasi	: PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMAAH UMRAH DAN HAJI PADA AET TRAVEL CABANG 50 KOTA PAYAKUMBUH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari AET Travel Cabang 50 Kota Payakumbuh

Waktu Penelitian: 3 Bulan (27 Juni 2023 s.d 27 September 2023)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wasalam
Direktur,

Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA
NIP. 19611230 198903 100 2

Tembusan:
Kepada: Rektor UIN Suska Riau

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/57728
 TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS



1.04.02.01

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perintah Riset dari : **Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau, Nomor : 2229/URD/PS/PM.01/06/2023 Tanggal 27 Juni 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : MOHAMMAD FILBERT MUSNAL |
| 2. NIM /KTP | : 22090312882 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Konsentrasi | : - |
| 5. Jenjang | : S2 |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMAAH UMRAH DAN HAJI PADA AET TRAVEL CABANG 50 KOTO PAYAKUMBUH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : AET TRAVEL CABANG 50 KOTO PAYAKUMBUH |

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 : 4 Juli 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

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

UIN SUSKA RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Gubernur Sumatera Barat
3. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Provinsi Sumatera Barat di Padang
4. Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau di Pekanbaru
5. Yang Bersangkutan





KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI*

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
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

Materi Pembimbing / Promotor *	Paraf Pembimbing / Promotor *	Keterangan
Fenomena dan Latar belakang	R	.
Acc Questioner Turn Lapangan	R	.
olah data PLS. Laku Up hgti dan Sgndi Bar V	R	.
Bar W. dan Bar Vi terat. hore per Lem base Que	R	.
- Absrak 200 ke. - dya isid - lampiran - ur ta	R	.
Acc Ujian Tesu	R	.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Pekanbaru, Januari 2023

Pembimbing I / Promotor*

Dr. Tra Zuhad, SE, ME

State Islamic U

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI* 160

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor *	Paraf Pembimbing / Co Promotor *	Keterangan
1.	3/2 23	Bimbingan DAB I - Latar belakang Lonsak	f	
2.	17/5 23	BAB II - Penulisan DU	f	
3.	16/6 23	Acc kuesioner Turn Lapangan	f	
4.	20/6 23	BAB IV - REVISI maha isi BAB IV	f	
5.	21/6 23	- ABSTRAK - DAFTAR ISI - LAMPIRAN DU	f	
6.	21/6 23	ACC Ujian Tesu	f	

Catatan:
 *Coret yang tidak perlu

Pekanbaru, Januari 2023

Pembimbing II / Co Promotor*

Dr. SYARAWI, MA

KEMENTERIAN AGAMA RI
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
 كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 P.O.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

**KARTU KONTROL MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL / TESIS / DISERTASI
 PASCASARJANA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 © Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 M. FILBERT MUSTAL
 22090312882
 EKONOMI SYARIAH
 1

NO	HER TGL	JUDUL PROPOSAL / TESIS / DISERTASI	PESERTA UJIAN	PARAF SEKRETARIS
1	MEI	ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GURU UNTUK MENGGUNAKAN ASURANSI SYARIAH DI KOTA PEKANBARU	HANDRY CAHYONI	[Signature]
2	MEI	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPTSI INOVASI KITASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA PEKANBARU	MOHO. ABD. ARIF	[Signature]
3		PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS, BRAND IMAGE, DAN HALAL THOP KEPUTUSAN PEMBELIAN MATAKAM DLM KEMASAN PADA MASTANALAT KEGAMBIAN	RAHMI	[Signature]
4		PENGARUH KONTAMAKAN LOKASI, KEMAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMER PD USAHA APOTEK KEUANGAN PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF G. ISLAM	KEL. SAMIRAH	[Signature]
5		PENCAMPUR METODE ETNOMETRIKA DALAM PENHITUNGAN NISBAH DAN LADAN ZAKAT DARI PETANI MELAYU SIAK MENURUT G. SYARIAH	A. G. MULIAH	[Signature]
6				
7				
8				
9				
10				

Pekanbaru,
 Ka. Prodi,

2023

UIN SUSKA RIAU

Dr. Trian Zuhadi, SE, M. Ec
 NIP.19760211 200710 1 002

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

1. Kartu ini dibawa setiap kali mengikuti ujian.
2. Setiap mahasiswa wajib menghadiri minimal 5 kali seminar proposal, tesis dan disertasi
3. Sebagai syarat ujian Proposal, tesis dan Disertasi

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

RIWAYAT PENULIS

Mohammad Filbert Musnal, lahir di Pekanbaru pada tanggal 14 September 1996, anak dari pasangan Ayahanda Ali Musnal dan Ibunda Tusdi Dewita.

Penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar di SDIP YLPI dan lulus pada tahun 2008. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMP IP YLPI pada 2009 dan lulus pada tahun 2011. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan SMA ke Nurul Fikri Boarding School Anyer dan lulus tahun 2014.



Pada tahun 2014 penulis kembali ke Pekanbaru dan melanjutkan pendidikan Strata 1 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum. Selama masa perkuliahan penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Laznas IZI Cabang Paus Pekanbaru. Pada bulan Juli sampai Agustus 2017 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Lubuk Ogung, Kabupaten Pelalawan.

Tepat pada hari Senin tanggal 27 Mei 2019 penulis diMunaqasyahkan dala sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).

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.