

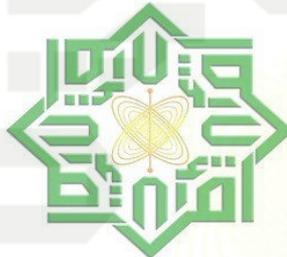
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 KUALITAS PRODUK DAN KEMUDAHAN KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAGU DI KECAMATAN  
TEBING TINGGI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat  
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Syariah dan Hukum



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**NURUL HASANAH**  
**NIM. 11920521110**

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**1444 H/ 2023 M**



**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Penjualan Mie Sagu Di Kecamatan Tebing Tinggi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Hasanah  
 NIM : 11920521110  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 07 Juli 2023

Pembimbing 1

Dr. Rustom, SE., ME, Sy  
 Nip. 130 217 033

Pembimbing 2

Kentis Muhammad Gemilang, SHI, MH  
 Nip. 19920827 202012 1 014

UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindonesia Undang-Undang

1. Dilarang menjiptakan 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 PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas produk Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu Di Kecamatan Tebing Tinggi Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : NURUL HASANAH  
NIM : 11920521110  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Kamis/ 05 Oktober 2023  
Waktu : 08.00 WIB  
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

**Pekanbaru, 19 Oktober 2023**

### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
**Dr. H. Muh. Said HM, MA, MM**

Sekretaris  
**Musnawati, SE., M.Ak**

Penguji I  
**Dr. Syapawi, S.Ag, M.sh**

Penguji II  
**Nur Hasanah, SE,MM**



Mengetahui:  
Kabag T.U  
Fakultas Syariah dan Hukum



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

- 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

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu Di Kecamatan Tebing Tinggi Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : NURUL HASANAH  
NIM : 11920521110  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Kamis / 05 Oktober 2023  
Waktu : 08.00 WIB  
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

**Pekanbaru, 19 Oktober 2023**

### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
**Dr. H. Muh. Said HM, MA, MM**

Sekretaris  
**Musnawati, SE., M.Ak**

Penguji I  
**Dr. Syapawi, S.Ag, M.sh**

Penguji II  
**Nur Hasanah, SE,MM**

.....  
.....  
.....  
.....

Mengetahui:  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Zulkifli, M.Ag**  
NIP. 19741006 200501 1 00

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## ABSTRAK

**Nurul Hasanah (2023): “Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu di Kecamatan Tebing Tinggi Perspektif Ekonomi Syariah”**

Penelitian lapangan ini menggunakan metode kuantitatif yang berlokasi di Kecamatan Tebing Tinggi sebagai populasi konsumen mie sagu. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive sampling* berjumlah sampel 96 responden. Metode pengumpulan data yaitu penyebaran kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi *IBM SPSS 25*.

Hasil uji persamaan regresi linear berganda diperoleh  $Y = 7,584 + 0,242X_1 + 0,293X_2$  dimana kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap penjualan mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi. Hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,638 > 1,985$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,01 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Terdapat pengaruh kemudahan ( $X_2$ ) terhadap penjualan mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi. Hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,517 > 1,985$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Terdapat pengaruh Kualitas produk ( $X_1$ ) dan Kemudahan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi. berdasarkan hasil uji f diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $16,500 > 3,093$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Dan diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,725. Hal ini berarti sumbangan pengaruh Kualitas produk ( $X_1$ ) dan Kemudahan ( $X_2$ ) terhadap variabel Penjualan ( $Y$ ) sebesar 75,5% sedangkan sisanya yaitu sebesar 24,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Ditinjau dari ekonomi syariah, bahwa penjualan mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah sebab tidak adanya unsur riba didalamnya, sedangkan proses keputusan pembelian mie sagu sudah sesuai dengan prinsip syariah dan tidak mengandung unsur keharaman.

**Kata Kunci:** Kualitas produk, Kemudahan, Keputusan pembelian

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.

## KATA PENGANTAR



### Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah *subhanahuata'ala*, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul, “Pengaruh Kualitas produk Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu di Kecamatan Tebing Tinggi Perspektik Ekonomi Syariah”.

Shalawat beserta salam selalu kita limpahkan kepada nabi kita Muhammad SAW, semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di akhir kelak, amiin.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari banyaknya kelemahan-kelemahan yang datangnya dari penulis sendiri, karena kurangnya pengetahuan, kemampuan, cara berfikir yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga akan membawa perkembangan dikemudian hari. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yaitu kepada:

1. Teristimewa teruntuk Ayahanda Abdul Rais dan Ibunda Kusmawati yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, memotivasi, mendorong dan memberikan cinta dan kasih sayangnya hingga hari ini.

**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.

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Nurwahid, S.Ag, Mag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah dan Bapak Syamsurizal, S.E, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syari'ah.
6. Bapak Dr. Rustam,SE.,ME.Sy dan Bapak Kemas Muhammad Gemilang, SHI.,MH selaku dosen pembimbing.
7. Bapak Dr. Muhammad Ihsan, M. Ag selaku dosen penasehat akademik (PA) yang telah memberikan arahan serta dukungannya kepada penulis.
8. Pimpinan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini.
9. Bapak Abdul Hamid, S.Th.I,MM selaku Kepala Camat Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti dan seluruh staf yang telah membantu penulis melengkapi hasil penelitian ini.
10. Seluruh pengusaha home industri mie sagu yang ada di Kecamatan Tebing Tinggi yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

**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.

Semoga segala kebaikan dan kerja sama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT, dan senantiasa mendapatkan rahmat dan hidayah-Nya.

Demikian skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Pekanbaru, Oktober 2023  
Penulis

NURUL HASANAH  
NIM. 11920521110

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.

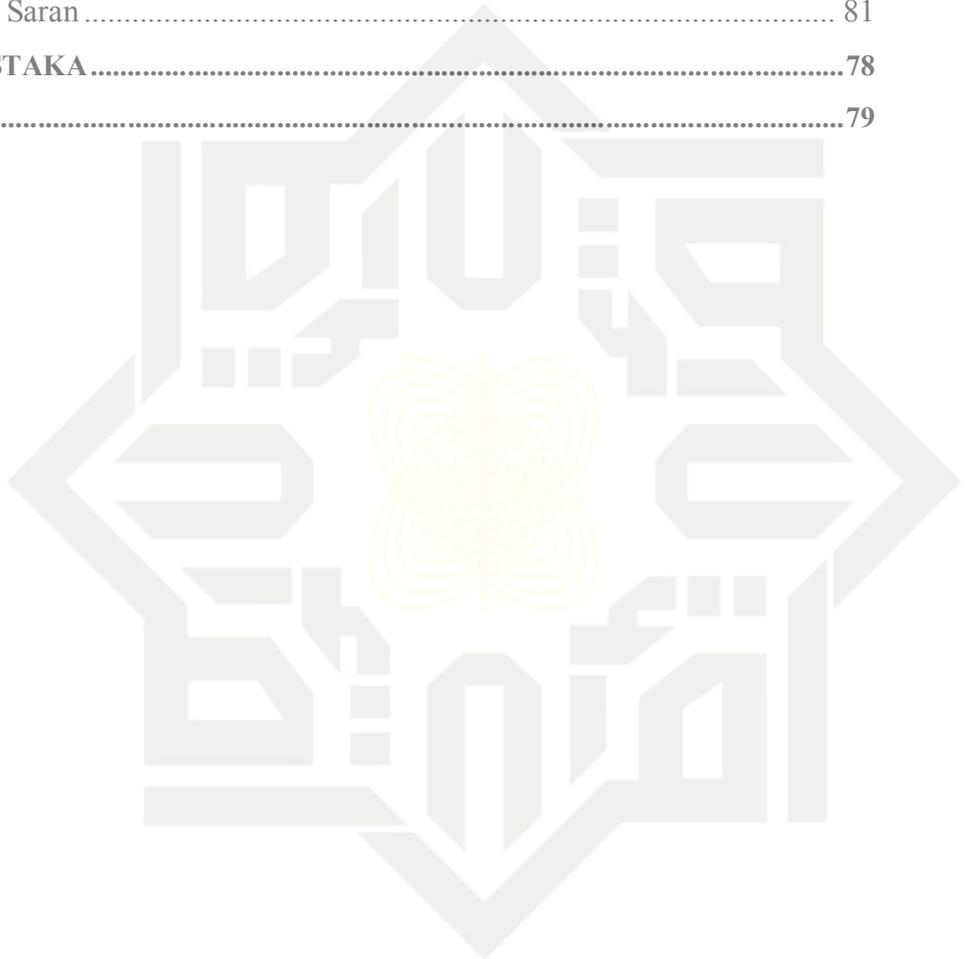
## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian.....	10
2. Kemudahan.....	20
3. Kualitas Produk.....	23
B. Hipotesis.....	31
C. Penelitian Terdahulu.....	33
D. Kerangka Berpikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	36
C. Sumber Data.....	37
D. Populasi Dan Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknis Analisis Data.....	41
G. Operasional Variabel.....	49
H. Gambaran Umum.....	49

**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.

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
	A. Hasil Penelitian.....	55
	B. Pembahasan .....	75
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
	A. Kesimpulan.....	80
	B. Saran .....	81
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>



UIN SUSKA RIAU

**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.

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jumlah Industri Kecil Menengah Kabupaten Kepulauan Meranti Menurut Kecamatan Tahun 2022-2023 .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Ukuran Alternatif Jawaban Kuesioner.....	40
Tabel 4.2 Data dan Kelurahan Di Kecamatan Tebing Tinggi.....	43
Tabel 4.3 Jumlah penduduk Di Kecamatan Tebing Tinggi menurut desa / kelurahan dan jenis kelamin.....	44
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.5 Distribusi berdasarkan usia.....	46
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Desa.....	47
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Berdasarkan lama usia.....	48
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Berdasarkan pendidikan.....	49
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif.....	50
Tabel 4.11 Tanggapan Respondes Terhadap Variabel Kualitas produk.....	52
Tabel 4.12 Tanggapan Respondes Terhadap Variabel kemudahan.....	53
Tabel 4.13 Tanggapan Respondes Terhadap Variabel Penjualan.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Realibilitas.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolaritas.....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	62
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.20 Hasil Uji Persial (Uji t).....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan(Uji f).....	67
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Keputusan Pembelian.....	24
Tabel 2.2 Kerangka Berfikir.....	24
Tabel 4.1 Peta Kabupaten Kepulauan Meranti.....	40



- 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 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.

## Latar Belakang

Tanaman sago (*Sago Palm*) merupakan tanaman yang telah lama dibudidayakan dan berperan penting sebagai makanan pokok di sejumlah daerah di Asia Tenggara. Sagu berpotensi sebagai sumber daya pengembangan pedesaan di daerah rawa tropis. Di Indonesia sagu merupakan makanan pokok alternatif yang terdapat di beberapa wilayahnya, diantaranya Provinsi Papua, Papua Barat, Maluku, Maluku Utara, Sulawesi Selatan, Sulawesi Utara, Sulawesi Tenggara, Kalimantan Tengah, Sumatra Barat, Aceh, Riau Kepulauan, dan Riau khususnya Kepulauan Meranti.<sup>1</sup>

Potensi sagu yang cukup besar di Kabupaten Kepulauan Meranti berdampak pada tingginya produksi sagu atau olahan sagu tersebut menjadi berbagai macam makanan dalam skala kecil dan rumah tangga, Salah satunya skala industri rumahan ini dikembangkan oleh masyarakat Kecamatan Tebing Tinggi yang merupakan daerah produksi mie sagu di Kabupaten Kepulauan Meranti. Produksi mie sagu di Kabupaten Kepulauan Meranti dapat dilihat pada tabel berikut ini.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://merantikab.bps.go.id> (Diakses 10 Desember 2022)

<sup>2</sup> *Ibid*

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Industri Kecil Menengah Kabupaten Kepulauan Meranti**  
**Menurut Kecamatan Tahun 2022 - Mei 2023**

Kecamatan	Jumlah Perusahaan Home Industri (per unit)	
	2022	2023
Tebing Tinggi	34	35
Tebing Tinggi Barat	4	4
Tebing Tinggi Timur	-	-
Rangsang	2	2
Rangsang Pesisir	1	1
Rangsang Barat	9	9
Merbau	30	31
Pulau Merbau	1	1
Tasik Putri Puyu	10	10
<b>Kepulauan Meranti</b>	<b>91</b>	<b>93</b>

*Sumber : Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti, 2023*

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa data jumlah industri kecil menengah di Kabupaten Kepulauan Meranti terdapat 9 kecamatan. Kecamatan Tebing Tinggi terletak pada urutan pertama dengan jumlah 35 industri kecil menengah yang memproduksi mie sagu pada 2 tahun terakhir. Kemudian Kecamatan Kecamatan Tebing Tinggi Timur memiliki jumlah industri kecil menengah terendah dari kecamatan lainnya dengan jumlah 0 industri kecil menengah yang memproduksi mie sagu pada 2 tahun terakhir, jumlah industri rumahan ini terhimpun dari dinas koprasi UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti.

Permintaan mie sagu ini diharapkan dapat menciptakan kesempatan usaha dan memperluas lapangan pekerjaan sehingga tercapainya peningkatan pendapatan masyarakat di Kecamatan Tebing Tinggi. Yang pada akhirnya usaha penjualan mie sagu ini dapat menjadi salah satu *prioritas* utama

## 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.

sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Penjualan mie sagu merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan mempertahankan bisnisnya, untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan,<sup>3</sup> sehingga bisnis yang dilakukan dapat di katakan bisnis yang berkembang.

**Tabel I.2**  
**Jumlah Penjualan Mie Sagu di Kabupaten Kepulauan Meranti**  
**Tahun 2020-2021**

Kecamatan	Jumlah Penjualan (Ton )	
	2020	2021
Tebing Tinggi Barat	183	185
Tebing Tinggi	358	358
Tebing Tinggi Timur	-	-
Rangsang	269	270
Rangsang Pesisir	10	16
Rangsang Barat	152	152
Merbau	160	152
Pulau Merbau	14	15
Tasik Putri Puyu	280	280
<b>Kepulauan Meranti</b>	<b>1426</b>	<b>1428</b>

*Sumber : Bps Kepulauan Meranti*

Tabel I.2 memperlihatkan bahwa data jumlah penjualan mie sagu di Kabupaten Kepulauan Meranti paling banyak terletak pada Kecamatan Tebing Tinggi dengan jumlah penjualan 358 ton pertahun nya. Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi yang paling banyak diminati oleh konsumen karena Kecamatan Tebing Tinggi ini merupakan pemilik home industri mie sagu terbanyak di Kabupaten

<sup>3</sup> M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h.166.

## 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.

Kepulauan Meranti. Dengan demikian jumlah penjualan akan mempengaruhi keputusan pembelian yang di lakukan oleh konsumen.

Menurut Siagian keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk akan melalui proses dimana proses tersebut merupakan gambaran dari bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam masukan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian.<sup>4</sup> Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah akses yang mudah, tampilan toko dan produk, informasi dan ketersediaan produk, kualitas produk, harga, promosi yang menarik, layanan customer service, testimoni dari pembeli yang lain dan pengiriman yang dapat diandalkan. Salah satu alasan konsumen membuat keputusan pembelian yaitu karena kualitas produk yang digunakan dalam pembuatan suatu produk. Allah Swt berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
 عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya : Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Siagian, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia), h.310.

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV asy-syifa, 1998) h.

#### 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.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah Swt melarang manusia untuk memakan makanan yang halal dan dilarang mengikuti langkah setan yang tidak baik.

Menurut Bob Sabran kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut mampu melaksanakan fungsinya; daya tahan, keandalan, ketepatan, operasi, serta atribut bernilai lainnya.<sup>6</sup> Adapaun faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah fungsi produk, wujud luar, biaya produk, pasar, uang, manajemen, manusia material, mesin dan mekanik, metode dan informasi modern dan persyaratan proses produksi.

Faktor lain yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk ini adalah adanya pengaruh kemudahan mendapatkan produk tersebut. Menurut irawan adalah kemudahan, suatu yang dapat memudahkan dan memperlancar usaha dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk, dan pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kemudahan adalah suatu hal yang sifatnya mudah, mempermudah dan memperlancar usaha. Faktor kemudahan produk juga sangat berpengaruh dalam penjualan mie sagu karena kemudahan produk ini akan mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk yang akan di beli.

Penyebab utama pada penjualan mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi ini adalah kurangnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas mie sagu yang di khawatirkan menggunakan bahan berbahaya seperti pemutih, dengan

<sup>6</sup> Bob Sabran, dalam Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas (Jakarta: Erlangga, 2009) h. 121

#### 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.

kondisi akses yang sulit untuk mendapatkan produk mie sagu oleh konsumen yang berasal dari luar daerah. Sehingga masih banyak masyarakat yang berada diluar daerah untuk mendapatkan produk tersebut dengan mudah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Stevano Christover Tanjaya (2019) Pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian produk Vape di Instagram.<sup>7</sup> Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini terdapat persamaan pada faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk dan kemudahan konsumen.

Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas produk dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu di Kecamatan Tebing Tinggi Perspektif Ekonomi Syariah”**.

#### Batasan Masalah

Dalam penulisan suatu karya ilmiah, perlu pembatasan masalah yang dibahas agar peneliti lebih terarah dan tidak mengambang. Penulis membatasi masalah penelitian ini hanya fokus kepada: pengaruh kualitas produk dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi.

<sup>7</sup> Stevano Christover Tanjaya, “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan pembelian” , Skripsi: Universitas Sam Ratulangi, 2019.

**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.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah yang akan diteliti adalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan kemudahan konsumen berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi secara parsial dan simultan?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh kualitas produk dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian Mie Sagu di Kecamatan Tebing Tinggi?

### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi secara parsial dan simultan.
2. Untuk menjelaskan tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh kualitas produk dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi.

### E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis  
Bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis. Khususnya mengenai kualitas prosuk dan kemudahan dalam meningkatkan penjualan merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.

**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.

2. Bagi akademik dan masyarakat

Dapat dijadikan tambahan informasi dan referensi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ilmiah secara informasi dalam menunjang penelitian dimasa yang akan datang. Khususnya dalam masalah kualitas produk dan kemudahan konsumen dalam meningkatkan penjualan mie sagu.

3. Bagi pengusaha

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan kepada pemilik home industri yang ada di Kecamatan Tebing Tinggi terkait kualitas produk dan kemudahan dalam meningkatkan penjualan mie sagu.

**F. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan membahas tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka, pada bab ini berisi landasan, kerangka teori atau kerangka konseptual tentang kualitas produk dan kemudahan, teori penjualan, hipotesis, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan membahas tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan, membahas tentang hasil penelitian dan kesimpulan dari penelitian, yaitu pengaruh kualitas produk dan kemudahan terhadap penjualan mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi, serta perspektif ekonomi syariah terhadap fenomena tersebut.

#### **BAB V PENUTUP**

Kesimpulan dan saran, pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan memberikan saran sebagai perbaikan dari segala kekurangan disertai dengan lampiran-lampiran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **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 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.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A Kajian Teori

##### 1. Keputusan Pembelian

###### a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan suatu alternatif dari beberapa alternatif.<sup>8</sup> Sedangkan menurut John C. Mowen pembelian adalah hasil dimana konsumen merasa mengalami masalah dan kemudian melalui proses rasional menyelesaikan masalah tersebut.<sup>9</sup> Menurut Ujang Sumarwan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya.<sup>10</sup>

Dari definisi diatas dapat disimpulkan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah dibeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya dan hasil dimana konsumen merasa mengalami masalah dan kemudian melalui proses rasional menyelesaikan masalah tersebut.

Sedangkan keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau

<sup>8</sup> <http://whatisiqeqsq.blogspot.com/>, Di akses pada Tanggal 09 Oktober 2023

<sup>9</sup> John C.Mowen, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h.11.

<sup>10</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*,( Bogor: Ghalia Indonesia), h.310.

#### 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.

memakai suatu produk akan melalui proses dimana proses tersebut merupakan gambaran dari bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam masukan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Menurut S.P Siagian, pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang tepat.<sup>11</sup>

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:

Menurut kotler ad 9 faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:

##### 1) Akses yang mudah

Apabila calon konsumen sulit menemukan atau mengakses platform dimana Anda berjualan, pada satu titik konsumen akan merasa malas dan lebih memilih untuk mencari toko lain. Maka itu, pastikan toko Anda mudah diakses, terutama jika Anda menjalankan bisnis *online*.

##### 2) Tampilan toko atau produk

Kesan yang didapatkan konsumen saat mereka mengunjungi toko atau melihat produk Anda bisa menentukan apakah mereka semakin tertarik untuk berbelanja atau tidak. Contohnya saja, banyak orang memutuskan untuk makan di suatu tempat karena restorannya tampak menarik dari luar. Ini juga alasan mengapa banyak bisnis yang mengatur halaman media sosial sedemikian rupa agar terlihat menarik.

##### 3) Informasi dan ketersediaan produk

<sup>11</sup> [http://www.academia.edu/8524389/analisis\\_pengambilan\\_keputusan](http://www.academia.edu/8524389/analisis_pengambilan_keputusan), Di akses pada tanggal 9 Oktober 2023

Bukan hanya dari tampilan saja, tetapi keseluruhan produk juga mempengaruhi keputusan konsumen, mulai dari informasi produk dan ketersediaan produk. Apabila informasi produk tidak jelas, konsumen pun bisa ragu dengan kualitas produk maupun kredibilitas bisnis. Kurangnya informasi produk juga memperlambat waktu berbelanja konsumen dimana mereka harus menghubungi Anda terlebih dahulu untuk menanyakan detail produk, baru kemudian membuat keputusan.

#### 4) Kualitas produk

Pastikan juga kualitas produk Anda agar selalu memiliki standar yang sama. Apabila kualitas produk tidak sesuai ekspektasi konsumen, Anda akan kesulitan menjaga pelanggan untuk tetap berbelanja di tokomu dan membuat calon pembeli ragu. Apabila kualitas produk Anda tidak sesuai yang dideskripsikan, maka konsumen akan kecewa dan mereka bisa saja memberikan testimoni yang kurang baik dan memengaruhi keputusan konsumen yang lain untuk membeli produk Anda.

#### 5) Promosi yang menarik

Promosi merupakan angin segar untuk menarik konsumen. Biasanya, di awal para pelaku bisnis mengadakan promo besar-besaran pada momen atau hari raya tertentu. Anda juga bisa membuat paket *bundle* agar konsumen semakin banyak membeli produk Anda dengan harga yang menggiurkan. Dengan adanya promo-promo, keputusan konsumen dalam membeli produk Anda akan semakin besar. Anda bisa membandingkan dengan promo-promo dari

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

#### Hak Cipta 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.

kompetitor serupa. Melalui promosi, Anda harus bisa menonjolkan kelebihan produk Anda daripada kompetitor.

#### 6) Layanan customer service

Biasanya, para pelaku bisnis memiliki *customer service* atau *hotline* yang sewaktu-waktu bisa dihubungi konsumen jika ingin bertanya atau memeriksa stok barang. Layanan ini beragam bisa melalui *call center*, chat *WhatsApp*, bahkan *live chat*. Sesuaikan jenis bisnis Anda dengan layanan *customer service* yang tersedia. Semakin besar bisnis Anda, Anda harus bisa menjawab pertanyaan konsumen yang bisa datang kapan saja tanpa mengenal waktu.

#### 7) Testimoni dari pembeli lain

Testimoni atau ulasan dari konsumen yang sudah membeli produk Anda dapat memengaruhi keputusan konsumen lain yang akan membeli barang Anda. Oleh karena itu, pantau rating dan *review* yang diberikan konsumen terhadap produk Anda.

#### 8) Pelayanan yang Ramah

Kualitas pelayanan yang lambat atau tidak ramah dapat membuat konsumen menjadi enggan untuk membeli. Gunakan bahasa yang sopan dan ramah dalam merespons konsumen. Sebisa mungkin berikan respons konsumen secepatnya.

#### 9) Pengiriman yang dapat diandalkan

Kecepatan pengiriman juga menjadi pertimbangan keputusan konsumen dalam membeli barang. Apalagi jika konsumen

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

mempunyai produk tersebut sesegera mungkin. Sebaiknya beri pilihan pengiriman yang beragam bagi konsumen, semakin cepat barang sampai akan semakin baik. Pastikan juga Anda bisa menawarkan harga pengiriman yang terjangkau.<sup>12</sup>

#### c. Tahap-tahap proses pengambilan keputusan pembelian

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya.

**Gambar III.1**  
**Pengambilan Keputusan Pembelian<sup>13</sup>**



##### 1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan, sehingga kebutuhan tersebut mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian.

##### 2) Pencarian Informasi

Setelah menganalisis masalah-masalah yang dihadapi, konsumen akan mencari informasi lebih lanjut mengenai barang yang dibutuhkan. Jika dorongan dari diri konsumen kuat maka proses pembelian akan dilakukannya, tetapi jika tidak maka keinginan tersebut akan disimpan dalam ingatannya.

<sup>12</sup> Philip Kotler Loc.cit h.122

<sup>13</sup> Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran Jilid II Ed Milenium", (Jakarta: Prenhalindo, 2004), Terjemahan Teguh dan Rusli Molan, h.204

#### 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.

Kotler berpendapat sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok:

- a) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
  - b) Sumber komersial: iklan, pajangan ditoko, kemasan, penyalur
  - c) Sumber publik: media masa, organisasi penentu peringkat Konsumen.
  - d) Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.
- 3) Evaluasi Alternatif

Setelah dilakukan pencarian informasi mengenai barang yang dibutuhkan maka konsumen akan mengidentifikasi dan mengevaluasi cara-cara untuk memenuhi kebutuhan dirinya maupun organisasinya, mencari pilihan yang terbaik menyangkut kualitas, harga, waktu, pengiriman, dan faktor-faktor lain yang dianggap penting. Dalam tahap ini seruan-seruan periklanan yang rasional dan emosional memainkan peran penting.

#### 4) Keputusan Pembelian

Dalam melaksanakan niat pembelian konsumen dapat membuat suatu keputusan pembelian: keputusan merek, pemasok, kuantitas, waktu, metode pembayaran.

#### 5) Prilaku Pasca Pembayaran.

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Dan para pemasar harus

#### 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.

memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian.<sup>14</sup>

#### d. Jenis-jenis perilaku keputusan pembelian

Adapun jenis-jenis perilaku keputusan pembelian diantaranya yaitu:

##### a) Perilaku pembelian kompleks

Konsumen melakukan perilaku konsumen kompleks ketika mereka sangat terlibat dalam pembelian dan merasa ada perbedaan yang signifikan antara merk. Konsumen mungkin terlibat ketika produk itu mahal, beresiko, jarang dibeli, dan sangat memperlihatkan ekspresi diri.

##### b) Perilaku pembelian pengurangan Disonasi

Perilaku pembelian pengurangan Disonasi terjadi ketika konsumen sangat terlibat dalam pembelian yang mahal, jarang dilakukan, atau berisiko, tetapi hanya melihat sedikit perbedaan antar merk.

##### c) Perilaku pembelian kebiasaan

Perilaku pembeli kebiasaan terjadi dalam keadaan keterlibatan konsumen yang rendah dan sedikit perbedaan merk.

##### d) Perilaku pembelian mencari keragaman

Perilaku pembelian mencari keragaman terjadi dalam situasi yang mempunyai karakter keterlibatan konsumen rendah tetapi anggapan perbedaan merk yang signifikan. Keputusan konsumen untuk membeli

<sup>14</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 179-181

## 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.

suatu produk pun dipengaruhi oleh banyak faktor. Proses itu juga melalui serangkaian tahapan.

#### e. Keputusan Pembelian menurut perspektif ekonomi syariah

Keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintegraisan yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang pada surat An-Nisa':4 ayat 29

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: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu."<sup>15</sup>*

#### 1) Mashlahah dalam perilaku konsumen Islami

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Pola konsumsi pada masa kini lebih menekankan aspek pemenuhan keinginan material dari pada aspek kebutuhan yang lain. Perilaku konsumsi Islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV asy-syifa, 1998), h.

<sup>16</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), ed-1, Cet ke-3, h.60

#### 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.

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan Self interest, maka keseimbangan umum tidak dicapai. Yang terjadi adalah munculnya sebagai ketimpangan dalam berbagai persoalan sosial ekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama (mashlahah).<sup>17</sup>

#### 2) Kebutuhan dan Keinginan

Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (syahwat) dan kebutuhan (hajat). Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.

Lebih jauh Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dan steril. Konsumsi dilakukan rangka beribadah kepada Allah. Pandangan ini tentu sangat berbeda dari dimensi yang melekat pada konsumsi konvensional. Pandangan konvensional yang materialitas melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga, barang, pendapatan dan lain-lain tanpa memperdulikan pada dimensi spiritual karena hal itu di anggapnya berada diluar wilayah otoritas ilmu ekonomi.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> *Ibid* h.63

<sup>18</sup> *Ibid* h. 70

#### 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.

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah *mashlahah* atau tidak mendatangkan *mudharat*.<sup>19</sup>

#### f. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

##### a) Sesuai kebutuhan

Kondisi dimana pembeli mulai mengenali masalah atau kebutuhan dikarenakan rangsangan dari pemasar.

##### b) Memiliki manfaat

<sup>19</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), Ed.1, h.130.

### 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.

Kondisi dimana pertimbangan yang menjadi dasar atas manfaat yang dibutuhkan oleh pembeli, sehingga membentuk keputusan atas barang untuk membeli atau tidak.

#### c) Pembelian berulang

Ketika konsumen merasa kinerja suatu merek sama dengan ekspektasi, melebihi ataupun diluar ekspektasi maka akan mempengaruhi sikap atau tindakan pembelian dimasa datang.<sup>20</sup>

## 2. Kemudahan

### a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan menurut irawan adalah apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Kemudian menurut kamus besar Bahasa Indonesia kemudahan adalah hal yang sifatnya mudah, sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha.<sup>21</sup>

Kemudahan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Davis, perubahan zaman yang cepat dan sederhana juga membuat gaya hidup masyarakat cepat. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Mohd. Yusoff, TAM, berpendapat bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan faktor penting yang menentukan sikap pengguna terhadap penggunaan yang dimaksudkan. Menurut Davis, kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah tingkat bahwa ketika

<sup>20</sup> Philip Kholter *Loc.Cit*, h.55

<sup>21</sup> Bunga Windy Antika dan Anik Lestari Andjarwati, Pengaruh Kemudahan Dan *Emotional Factor Terhadap Word of mouth* Dengan kepuasan Sebagai Variabel Interveling, dalam *Ilmu Manajemen*, Vol.4, No.3,2016, h.20

#### 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.

seseorang menggunakan suatu sistem, upaya yang dilakukan untuk menggunakannya. mengurangi sesuatu Pada saat yang sama, kata Pavlou, kenyamanan yang diterapkan pada perilaku konsumen online, antarmuka online yang dirancang untuk memfasilitasi bisnis dan mudah digunakan, kemungkinan akan diterima oleh konsumen.<sup>22</sup>

Dalam beberapa definisi diatas kemudahan produk dalam penjualan adalah ketika konsumen bisa yakin bahwa penggunaan suatu produk tersebut akan semakin mudah untuk di dapatkan dengan seiring berkembangnya produk.

#### b. Indikator Kemudahan

Indikator-indikator yang terdapat dalam kemudahan konsumen adalah

- a. Mudah untuk di dapatkan, merupakan kondisi dimana produk dapat mudah di temukan.
- b. Mudah untuk di olah, merupakan kondisi dimana produk mudah dalam pengolahannya.
- c. Mudah untuk dipasarkan, merupakan kondisi dimana produk mudah untuk di pasarkan.
- d. Menambah keterampilan, merupakan kondisi dimana konsumen dapat dengan mudah mengreasikan hal hal baru menggunakan produk tersebut.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Fanny Anggraeny putri dan Sri Setyo Iriani, “Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater”, dalam *Ilmu Manajemen*, Vol 8., No. 3., (2020), h. 820.

<sup>23</sup> *Ibid*, h.32

#### 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.

### c. Kemudahan menurut perspektif ekonomi syariah

Selain kualitas produk, konsumen juga menginginkan yang cepat, praktis, dan mudah karena manusia diciptakan dengan sifat lemah dan rentan. Hal ini sesuai dengan firman Allah :

يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ وَخُلِقَ الْإِنْسَانُ ضَعِيفًا

Artinya: “Allah hendak memberikan keringanan kepadamu, dan manusia dijadikan bersifat lemah”.<sup>24</sup>

Jika dipandang dalam sudut pandang ekonomi syariah, kemudahan dapat dikaitkan dengan konsep *masalahah*. *Maslahah* dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan kata *maslahat* yang artinya sesuatu yang mengundang kebaikan, keselamatan, faedah atau kegunaan atas sesuatu. Sedangkan *kemaslahatan* yaitu kegunaan, kebaikan, manfaat atau kepentingan. Berdasarkan penjelasan di atas secara bahasa kata *al-maslahah* berarti manfaat dan guna itu sendiri (secara langsung) dan kepada sesuatu yang menjadi sebab (secara tidak langsung) dan melahirkan keduanya (secara langsung dan tidak langsung) demikian menurut *al-mufsadah*.

Untuk *kemaslahatan* dalam penelitian ini dapat kita lihat dari kelebihanannya yaitu, produk tersebut mudah didapatkan, produk mudah untuk di olah, dan produk mudah untuk diperjual belikan kembali.

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV asy-syifa, 1998) h.

#### 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.

### 3. Kualitas Produk

#### a. Pengertian Kualitas produk

Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut mampu melaksanakan fungsinya; daya tahan, keandalan, ketepatan, operasi, serta atribut bernilai lainnya.<sup>25</sup> Dalam hal ini, produsen harus memikirkan apa input dan output dari produk yang dibuat, jika seseorang hendak membuat makanan dengan kualitas yang baik, maka ia juga harus memikirkan bahan-bahan dengan kualitas yang baik pula, karena suatu produk yang baik, tentunya juga berasal dari bahan-bahan yang baik.

Disamping itu, produk adalah suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan pengusaha, dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.<sup>26</sup> Oleh karenanya, produk dapat meliputi barang fisik, jasa, orang/pribadi, organisasi, dan ide. Secara lebih rinci, konsep produk meliputi: barang, kemasan, merk, warna, label, harga, kualitas, pelayanan dan jaminan.

Selama ini banyak penjual melakukan kesalahan dengan memberikan perhatian lebih banyak pada produk fisik daripada

<sup>25</sup> Bob Sabran, dalam Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, edisi Ketiga Belas (Jakarta: Erlangga, 2009) h. 121

<sup>26</sup> Basu Swastha, DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty, 1990) h. 165

#### 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.

manfaat yang dihasilkan dari produknya. Mereka menempatkan diri lebih dari sebagai penjual daripada memberikan pemecahan kebutuhan. Padahal perusahaan harus berpusat pada kebutuhan pelanggan, bukan hanya pada keinginan yang sudah ada. Hal ini dikarenakan produk merupakan alat untuk memecahkan masalah konsumen. Selanjutnya Menurut Deming, juga dalam buku karangan M.N Nasution yang berjudul Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management, kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benarbenar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.<sup>27</sup>

Fandy Tjiptono menyatakan bahwa dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan produk:

- 1) Produk utama atau inti (core benefit), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi pelanggan setiap produk.
- 2) Produk generik, produk dasar yang memenuhi fungsi produk paling dasar/rancangan produk minimal dapat berfungsi.

<sup>27</sup> M.N. Nasution, Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management, Cetakan Pertama, (Jakarta: 2001, Ghalia Indonesia), h. 3

#### 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.

- 3) Produk harapan (expected product) yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4) Produk pelengkap (equipped product) yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi/ditambahi berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat menentukan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk asing
- 5) Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa datang.<sup>28</sup>

#### b. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilihat dari beberapa sudut pandang, namun secara umum klasifikasi produk dibagi menjadi dua, yaitu:

##### 1) Barang

Barang adalah segala produk yang berwujud fisik sehingga dapat dilihat, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dan bisa dilakukan perlakuan fisik lainnya.<sup>29</sup> Defenisi tersebut secara rinci menjelaskan bahwa barang berbentuk benda fisik dan mampu terlihat secara nyata dengan bantuan panca indera, jika dilihat dari ketahanannya, barang terdiri dari dua macam:

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono *Loc.it* h.97

<sup>29</sup> *Ibid*, h.98

#### 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.

- a) Barang tahan lama (durable goods). Merupakan barang berwujud yang biasanya bisa tahan lama dengan banyak pemakaian, atau umur ekonomisnya untuk pemakaian normal satu tahun atau lebih. Contoh: smartphone, laptop, dan lain sebagainya.
- b) Barang tidak tahan lama (non-durable goods). Merupakan barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu kali pemakaian, atau umur ekonomisnya dalam pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contoh: shampo, cemilan, dan lain sebagainya

#### 2) Jasa

Jasa adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>30</sup> Produk jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Produk juga dapat diklasifikasikan berdasarkan konsumennya dan untuk apa produk tersebut dikonsumsi. Berdasarkan hal ini, produk jasa terklasifikasi lagi menjadi beberapa bagian:

##### a) Barang Konsumen

Barang Konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir (individu atau rumah tangga), dan bukan untuk kepentingan bisnis.

<sup>30</sup> Philip Kotler, *Loc.cit* h.45

#### 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.

#### b) Barang Industri

Barang industri adalah barang yang di konsumsi oleh industriawan (konsumen antara atau konsumen bisnis). Barang industri digunakan untuk keperluan selain di konsumsi langsung yaitu: untuk diolah menjadi barang lain atau untuk dijual kembali.

#### c. Kualitas Produk Menurut Ekonomi Syariah

Produk dalam Al-Qur'an dinyatakan dengan dua istilah, yaitu *altayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam, produk konsumen adalah berdaya guna, materinya dapat dikonsumsi dan bermanfaat serta memiliki nilai guna, produk juga harus menghasilkan perbaikan material, moral, dan spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.<sup>31</sup>

Allah Swt berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi:

<sup>31</sup> Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management-Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam*, (Yogyakarta: BEFEYogyakarta, 2017) Hal. 380

## 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.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya : Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.<sup>32</sup>*

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan : ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.

Kemudian janganlah kamu mengikuti langkah dan perbuatan setan. Dan setiap perbuatan yang tidak ada dalam syariat maka perbuatan itu nisbatnya kepada setan. Allah Swt. juga memberitahukan bahwa setan adalah musuh dan tentu saja pemberitahuan dari Allah Swt. adalah benar dan terpercaya. Oleh karena itu, bagi setiap makhluk yang memiliki akal semestinya berhati-hati dalam menghadapi musuh ini yang telah jelas sekali

<sup>32</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV asy-syifa, 1998) h.

## 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.

permusuhannya dari zaman nabi Adam a.s. Setan telah berusaha sekuat tenaga, mengorbankan jiwa dan sisa hidupnya untuk merusak keadaan anak cucu Adam a.s.<sup>33</sup>

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi, terdapat perbedaan signifikan dalam pandangan ekonomi ini, terkait penyebab adanya perhatian masing-masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi. Boleh jadi tujuan tersebut direalisasikan dengan membuat sebuah produk dengan biaya serendah mungkin, dan diharap mampu bersaing serta bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain. Karena itu seringkali produk tersebut menjadi tidak berkualitas, dalam beberapa kasus bisa saja terjadi masalah seperti produk tertentu yang ditimbun karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan cenderung mengarah pada penipuan, dengan memberikan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Sebagaimana firman Allah Swt. dalam surat Al-Mulk ayat 2 yang berbunyi:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ

<sup>33</sup> Syeikh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 481

#### 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.

Artinya: *Yaitu yang menciptakan kematian dan kehidupan untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dia Mahaperkasa lagi Maha Pengampun.*

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah Swt. adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya.

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara mubah yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin.

#### d. Indikator Kualitas Produk

- 1) Reliability (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- 2) Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- 3) Perceived Quality (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi,

#### 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.

persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal.

- 4) Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.<sup>34</sup>

#### B. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya harus diuji secara empiris antara dua variabel.<sup>35</sup> Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### a. Hipotesis Secara Parsial

$H_0$  = Kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie sagu.

$H_1$  = Kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie sagu

$H_0$  = Kemudahan produk tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie sagu

$H_2$  = Kemudahan konsumen berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie sagu

##### b. Hipotesis secara simultan

<sup>34</sup> Fandy Tjiptono, *Loc.cit* h. 122

<sup>35</sup> Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 205.

- $H_0$  = Kualitas produk dan kemudahan konsumen tidak berpengaruh secara persial dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie sagu
- $H_3$  = Kualitas produk dan kemudahan konsumen berpengaruh secara persial dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie sagu

**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.

### C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

Penelitian (Tahun) dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dan Persamaan
Ayu Mahendra (2018) Pengaruh Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) Terhadap Volume Penjualan Pada PT LA Genius Internasional Group Cabang Medan	Penelitian ini menggunakan metode analisi data kuantitatif yaitu uji normalitas analisis <i>product moment</i> , analisis regresi sederhana, uji $r^2$ dan uji t	Hasil penelitian ini bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh promosi penjualan terhadap volume penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbedaannya pada penelitian sebelumnya menggunakan faktor promosi penjualan.</li> <li>- Persamaannya terdapat pada variabel yang diteliti yaitu variabel Penjualan.</li> </ul>
Abid Muhtarom, Imam Syairozi, dan Nuriyah Gita Wardani (2022) Analisi Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Ayam Potong Online Elmonsu	Jenis Penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 131 dan metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu SEM dengan alat smart PLS versi 3.0 uji yang digunakan uji outermodel, uji innermodel, uji mediasi dan uji hipotesis.	Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Customer Relationship Marketing dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Variabel persepsi harga berpengaruh negatif terhadap peningkatan penjualan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap peningkatan penjualan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbedaannya pada penelitian sebelumnya menggunakan faktor promosi penjualan.</li> <li>- Persamaannya terdapat pada variabel yang diteliti yaitu variabel Penjualan.</li> </ul>
Chandra Wijaya dan Sesilya Kema (2018)	Jenis Penelitian ini adalah Kuantitatif dengan metode	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, kualitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbedaannya pada penelitian sebelumnya meneliti mengenai keputusan</li> </ul>

© Hak cipta

UIN Suska Riau

UIN Suska Riau

UIN Suska Riau

UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi

Undang-Undang

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

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

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

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

Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Konsumen Melalui Keputusan pembelian Produk <i>Fashion</i> di Lazada.	survey. Teknik pengolahan data menggunakan program Smart PLS 2.0 dengan menggunakan beberapa pengolahan data yaitu uji validitas dan uji reabilitas.	informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	pembelian - Persamaannya adalah terdapat pada faktor yang mempengaruhi yaitu kemudahan.
Desy Novianti Rahayu (2023) Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap minat pengguna aplikasi LinkAja oleh mahasiswa UIN sultan Syarif Kasim Riau ditinjau dari ekonomi syariah	Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif . teknik yang digunakan yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan <i>software</i> SPSS 23.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna aplikasi LinkAja oleh mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau.	- Perbedaannya pada penelitian sebelumnya meneliti mengenai keputusan pembelian - Persamaannya adalah terdapat pada faktor yang mempengaruhi yaitu kemudahan.

Sumber : Penelitian terdahulu, Ayu Mahendra (2018), Abid Muhtarom (2022), Chandra Wijaya (2018), Desy Novianti (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.

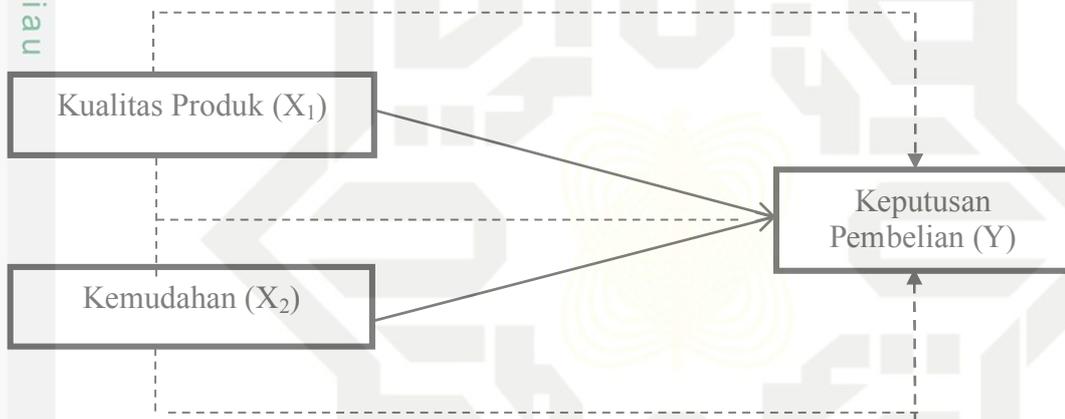
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**D. Kerangka Berpikir**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibuat untuk menggambarkan apakah pengaruh kualitas produk dan kemudahan terhadap keputusan pembelian mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi menurut perspektif ekonomi syariah.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berpikir**



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Keterangan:

————— Pengaruh secara parsial

..... Pengaruh secara simultan

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka terdapat tiga variabel yaitu variabel (X<sub>1</sub>) dan (X<sub>2</sub>) sebagai variabel independent dan variabel (Y) Sebagai variabel dependent. Dimana kualitas produk dan kemudahan konsumen sebagai variabel independent yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *Field Reserch* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kuantitatif.<sup>36</sup> Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan degin penelitiannya.<sup>37</sup>

#### B. Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak Februari 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti yang memiliki 9 Desa yaitu Selatpanjang Kota, Selatpanjang Barat, Selatpanjang Timur, Selatpanjang Selatan, Banglas, Banglas Barat, Alahair, Alahair Timur dan Sesap. Dari 9 desa tersebut terdapat total 35 home industri mie sagu yang terdaftar di dinas UMKM Kecamatan Tebing Tinggi .

Alasan penulis memilih lokasi tersebut adalah karena di Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki salah satu ciri khas oleh oleh yaitu mie sagu yang berbahan dasar sagu kemudian peneliti tertarik untuk meneliti dan

<sup>36</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012),Cet. Ke-5, h. 75.

<sup>37</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015)

#### 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.

sebagai upaya memperkenalkan produk oleh oleh tersebut kepada seluruh masyarakat di Indonesia yang belum mengetahui.

### C. Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memerlukan data dan informasi yang lengkap dan akurat. Jenis data dan sumber data untuk penelitian ini meliputi:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber pertama tempat objek penelitian dilakukan.<sup>38</sup> Data primer yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari kuisisioner responden yang merupakan konsumen mie sagu yang ada di Kecamatan Tebing Tinggi, pertanyaan tersebut berkaitan dengan kualitas produk dan kemudahan konsumen dan keputusan pembelian dalam bentuk pernyataan.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya.<sup>39</sup> Data sekunder ini didapatkan dari sumber bacaan yang berkaitan dengan permasalahan seperti buk, jurnal, internet dan lain sebagainya.

<sup>38</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2013), h. 16.

<sup>39</sup> *Ibid.*, h.16.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## D. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>40</sup>

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen mie sagu yang berada di luar Daerah Kecamatan Tebing Tinggi yang tidak diketahui jumlah keseluruhannya.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>41</sup> Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini adalah *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>42</sup>

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *Limeshow*, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui.

Berikut rumus *Limeshow*:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

<sup>40</sup> *Ibid.*, h.76.

<sup>41</sup> *Ibid.*, 77.

<sup>42</sup> *Ibid.*, h. 77

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

$$n = \frac{3,8416 (0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96,04$$

$n$  : Jumlah Sampel

$Z$  : Nilai Tabel Normal Dengan Alpha Tertentu = 1,96

$P$  : Fokus Kasus (0,5)

$d$  : alpha (0.05) atau 5 % Dengan Tingkat Kualitas produk 95%

Maka diperoleh hasil dengan jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari *Limeshow* karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, hingga dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2013),

#### 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.

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunitas dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

## 2. Angket (Kuesioner)

Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.<sup>44</sup> Kuisisioner ini bersifat tertutup dan ditujukan kepada konsumen mie sagu yang berada diluar Daerah di Kecamatan Tebing Tinggi.

Dalam pengukurannya setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan. Dengan skala penilaian sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Ukuran Alternatif Jawaban Kuesioner**

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

<sup>44</sup> *Ibid.*, h.21.

#### 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.

### 3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam pengumpulan data mengajukan suatu pernyataan kepada yang diwawancarai.<sup>45</sup>

### 4. Dokumentasi

Iman Gunawan mengatakan bahwa dokumen (dokumentasi) secara garis besar adalah bukti apapun yang didasarkan pada sumber apapun, baik itu tertulis, lisan, bergambar, atau arkeologi.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini data dokumentasi merupakan data pendukung agar memperkuat keilmiahan penelitian ini berupa laporan penjualan, data data yang sudah tercatat berkaitan dengan kegiatan usaha mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi. Wawancara juga dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

### F. Teknis Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka atau diangkakan. Menurut Sugiono, analisis data berarti “Analisis data adalah kegiatan setelah mengumpulkan data dari seluruh responden atau data dari sumber data lain. Kegiatan analisis data mengelompokkan

<sup>45</sup> Sugiono, *Op.cit* h.225

<sup>46</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, (Jakarta: PT Bumi aksara, 2013), Cet. Ke-1, h.175.

#### 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.

data berdasarkan variabel masing-masing responden, menyajikan data untuk setiap topik, dan melakukan perhitungan untuk menjawab untuk merumuskan masalah dan melakukan perhitungan pada yang disajikan untuk menguji hipotesis.

#### a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), standar deviasi, varian, minimum dan maximum, sum, range, kurtosis, dan skewness.<sup>47</sup> Nilai standard deviation merupakan suatu nilai yang digunakan dalam menentukan persebaran data pada suatu sampel dan melihat seberapa dekat data-data tersebut dengan nilai mean. Semakin besar nilai standard deviation maka semakin tidak akurat dengan mean, sebaliknya semakin kecil standard deviation maka semakin akurat dengan mean.<sup>48</sup>

#### b. Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item berupa pernyataan kuesioner serta dikatakan valid jika adanya korelasi antara item dengan skor totalnya.

<sup>47</sup> Imam Ghozali, *Metode Penelitian*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), h. 19.

<sup>48</sup> Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, (United Kingdom: John Wiley&Sons, 2016), h. 137.

#### 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.

Mengukur validitas dapat menggunakan *Pearson Correlation* dan dilakukan dengan cara *Korelasi Bivariate* antara masing-masing skor indikator pernyataan terhadap total konstruk yang akan menghasilkan  $r_{hitung}$  lalu dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  untuk mengukur valid ataupun tidak. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pertanyaan tidak valid dan jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pertanyaan valid.<sup>49</sup>

Rumus mencari  $r_{tabel}$ :

$df = n - 2$  (  $n$  adalah jumlah data)

## 2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan keandalan alat ukur, seberapa jauh alat ukur yang dapat menghasilkan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada sampel yang sama.<sup>50</sup> Reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan koefisiensi *Cronbach's Alpha*, hal ini digunakan untuk menentukan reliabel. Hasil pengujian ini menggunakan SPSS yang dimana dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  (nilai standar).<sup>51</sup>

## c. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas Data

<sup>49</sup> Singgih Santoso, *Panduan lengkap menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2008), h. 78.

<sup>50</sup> Sufren, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2013), h. 55.

<sup>51</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), h. 47.

#### 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.

Pengujian normalitas data dilakukan untuk mengetahui data tiap variabel yang diperoleh tersebut berdistribusi normal atau tidak. Teknik yang digunakan dalam pengujian normalitas dan tiap variabel dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Seminorv* yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data yang sedang diuji terdistribusi secara normal. Namun kebalikannya. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data yang sedang diuji tidak terdistribusi secara normal.<sup>52</sup>

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika korelasi terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Berdasarkan hasil penelitian di peroleh nilai tolerance semua variabel independen  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ .<sup>53</sup>

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Alat uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka hal tersebut disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi

<sup>52</sup> *Ibid.*, h. 165.

<sup>53</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h. 177.

#### 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.

yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak mengandung adanya heteroskedastisitas<sup>54</sup>

#### d. Uji Hipotesis

##### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yang merupakan alat untuk memprediksi permintaan masa depan berdasarkan data masa lalu dan untuk menentukan pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Satu-satunya perbedaan dalam menerapkan metode ini adalah jumlah variabel independen yang digunakan. Salah satu penerapan metode regresi berganda adalah penggunaan jumlah variabel bebas lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat.<sup>55</sup>

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

X<sub>1</sub> : Variabel kualitas produk

<sup>54</sup> Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), h. 199.

<sup>55</sup> Sugiono *Loc.cit.*, h. 301.

#### 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.

$X_2$  : Variabel kemudahan

$b_1 - b_2$  : Koefisien Regresi linier berganda

$e$  : Error

## 2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial/individu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam hal ini digunakan uji t (ttest) dengan tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan ( $\alpha = 5\%$ ). Uji hipotesis dengan uji t pada tingkat signifikan 0,05 untuk masing-masing variabel bebas dengan dua sisi masing-masing 0,025, Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel. Jika df (derajat kebebasan) =  $n-k$  maka t tabel  $0,05(57) =$  lihat tabel t.

Adapun kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

- Jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- $t_{tabel}$  dilihat dengan derajat bebas (*degree of freedom* = df) =  $n-k$ ,  $n =$  jumlah sampel = 60.  $k =$  jumlah variabel yang digunakan, bernilai 3.
- Jika  $t_{hitung} >$  (lebih besar)  $t_{tabel}$  maka Hipotesis Kerja ( $H_a$ ) diterima dan Hipotesis Observasi ( $H_0$ ) ditolak, atau jika  $\alpha$

#### 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.

= 5% = 0,05 lebih besar dari probabilitasnya/nilai signifikansinya.

- Jika  $t_{hitung} < (\text{lebih kecil}) t_{tabel}$  maka Hipotesis Kerja ( $H_a$ ) ditolak dan Hipotesis Observasi ( $H_o$ ) diterima, atau jika  $\alpha = 5\% - 0,05$  lebih kecil dari probabilitasnya/nilai signifikansinya.

Hipotesis Observasi ( $H_o$ ) :  $H_o$ : artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) :  $H_a$ : artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>56</sup>

## 5. Uji F

Uji-F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen terhadap koefisien regresi variabel independen dengan *margin of error* ( $\alpha = 5\%$ ). Pengujian hipotesis secara simultan dengan uji-F pada setiap tingkat signifikan (ketika  $\alpha = 5\% = 0,05$ ) untuk semua variabel bebas secara bersama-sama. Pengujian dilakukan

<sup>56</sup> *Ibid*, h. 143.

dengan membandingkan besar kecilna nilai  $f_{hitung}$  dengan besarnya nilai  $f_{tabel}$ .<sup>57</sup>

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

Ini adalah ukuran penting dalam regresi karena dapat menentukan apakah model regresi diestimasi menggunakan data nyata atau tidak. Menurut Ghozal, koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 1 (satu) dan jauh dari 0 (nol), berarti variabel independen mampu memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.<sup>58</sup>

UIN SUSKA RIAU

<sup>57</sup> *Ibid.*, h.444.

<sup>58</sup> Bisma Indrawan sany dan Rina Kariawati Dewi, Pengaruh Net Interst Margin (NIM) terhadap Retrun on Asset(ROA) pada PT Bank pembangunan, dalam *E-Bis*, Vol 4., No. 1., (2020), h. 84.

### 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.

## G. Operasional Variabel

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Kualitas produk (X <sub>1</sub> )	Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut mampu melaksanakan fungsinya; daya tahan, keandalan, ketepatan, operasi, serta atribut bernilai lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reliability</li> <li>2. Aesthetics (estetika)</li> <li>3. Kesan kualitas</li> <li>4. Daya tahan<sup>59</sup></li> </ol>	<i>Likert</i>
Kemudahan (X <sub>2</sub> )	Kemudahan produk adalah apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam dalam mendapatkan produk atau pelayanan. <sup>60</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah untuk didapatkan.</li> <li>2. Mudah untuk diolah</li> <li>3. Mudah untuk dipasarkan.</li> <li>4. Menambah keterampilan<sup>61</sup></li> </ol>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya <sup>62</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sesuai Kebutuhan</li> <li>2. Memiliki Manfaat</li> <li>3. Pembelian Berulang<sup>63</sup></li> </ol>	<i>Likert</i>

## H. Gambaran Umum

### a. Sejarah Pemekaran Kabupaten Kepulauan Mernati

<sup>59</sup> Maharani *Loc. Cit.* h. 70

<sup>60</sup> Bunga Windy *Loc. Cit.* h. 20.

<sup>61</sup> Fanny Anggraeny *Loc. Cit.* h. 120

<sup>62</sup> Ujang Swarman *Loc. Cit.*

<sup>63</sup> Philip Kholter *Loc. Cit.*

#### 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.

Kabupaten Kepulauan Meranti adalah salah satu kabupaten di provinsi Riau, Indonesia, dengan ibu kotanya adalah Selatpanjang. Kabupaten Kepulauan Meranti terdiri dari Pulau Tebingtinggi, Pulau Padang, Pulau Merbau, Pulau Rangsang, Pulau Topang, Pulau Menggung, Pulau Panjang, Pulau Jadi, Pulau Setahun, Pulau Tiga, Pulau Baru, Pulau Paning, Pulau Dedap. Adapun nama Meranti diambil dari nama gabungan “Pulau Merbau, Pulau Rangsang dan Pulau Tebing Tinggi”.

Pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti merupakan pemekaran dari Kabupaten Bengkalis dibentuk pada tanggal 19 Desember 2008, Dasar Hukum berdirinya Kabupaten Kepulauan Meranti adalah Undang-undang Nomor 12 Tahun 2009 tanggal 16 Januari 2009.

Tuntutan pemekaran kabupaten Kepulauan Meranti sudah diperjuangkan oleh masyarakat Meranti sejak tahun 1957. Seruan pemekaran kembali dihembuskan oleh masyarakat pada tahun 1970 dan 1990-an hingga tahun 2008, yang merupakan satu-satunya kawedanan di Riau yang belum dimekarkan saat itu, dengan perjuangan gigih sejumlah tokoh masyarakat Meranti maka pada tanggal 25 Juli 2005 dibentuklah Badan Perjuangan Pembentukan Kabupaten Meranti (BP2KM) sebagai wadah aspirasi masyarakat Meranti untuk memekarkan diri dari Kabupaten Bengkalis. Kecamatan Tebing Tinggi terletak di Kabupaten Kepulauan

Meranti, dengan ibukota Selatpanjang. Kabupaten Kepulauan Meranti merupakan pemekaran dari Kabupaten Bengkalis dibentuk pada tanggal 19 Desember 2008, Dasar hukum berdirinya kabupaten Kepulauan Meranti adalah Undang-Undang nomor 12 tahun 2009, tanggal 16 Januari 2009. Secara geografis kabupaten Kepulauan Meranti berada pada koordinat antara sekitar  $0^{\circ} 42' 30''$  -  $1^{\circ} 28' 0''$  LU, dan  $102^{\circ} 12' 0''$  -  $103^{\circ} 10' 0''$  BT, dan terletak pada bagian pesisir Timur pulau Sumatera, dengan pesisir pantai yang berbatasan dengan sejumlah negara tetangga dan masuk dalam daerah Segitiga Pertumbuhan Ekonomi (Growth Triagle) Indonesia - Malaysia - Singapore (IMS-GT) dan secara tidak langsung sudah menjadi daerah Hinterland Kawasan Free Trade Zone (FTZ) Batam - Tj. Balai Karimun.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

#### Hak Cipta 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.

GAMBAR IV.1

### Peta Kabupaten Kepulauan Meranti



Sumber: Peta Google Map Kabupaten Kepulauan Meranti

#### b. Visi dan Misi

##### Visi

1. menjadikan Masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti Yang Maju, Cerdas dan Bermartabat.

##### Misi

1. Membangun Infrastruktur Dasar Kabupaten Kepulauan Meranti dengan membangun jalan penghubung dari Desa, Kecamatan hingga Kabupaten.
2. Meningkatkan dan pemerataan kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia melalui program Beasiswa S1 sampai S3, Mengangkat guru komite menjadi honor daerah, Pelatihan guru dan bantuan kepada Pondok Pesantren. Insentif kepada Imam masjid

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Menjadikan RSUD Meranti sebagai Rumah Sakit Rujukan dengan konsep ketuk pintu layani dengan hati.
4. Menciptakan ribuan usahawan dengan menciptakan ribuan peternak (Sapi, Kambing, Ayam), Petani dan Nelayan dan Pelatihan Masyarakat Pada Balai Latihan Kerja Agar Mandiri dan Mampu Membuka Peluang Kerja.
5. Menyediakan Pemenuhan Air Bersih yang sehat dan berkualitas melalui Pembangunan dan Pengelolaan PDAM.
6. Pelayanan Administrasi Prima yang mudah, cepat, tepat dan akurat satu hari siap.
7. Penambah penerima Program Keluarga Harapan bagi Masyarakat Kurang Mampu di Kepulauan Meranti.

Sementara itu, letak lokasi penelitian berada pada Kecamatan Tebing

Tinggi di Kabupaten Meranti memiliki yang memiliki 9 Desa yaitu:

**Tabel 4.2**  
**Desa dan Kelurahan di Kecamatan Tebing Tinggi**

No.	Desa/ kelurahan
1	Selatpanjang kota
2	Selatpanjang Barat
3	Selatpanjang Timur
4	Selatpanjang Selatan
5	Banglas
6	Banglas Barat
7	Alahair
8	Alahair Timur
9	Sesap

Sumber: Kantor Camat Tebing Tinggi, 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.

Tebing Tinggi adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Kepulauan Meranti, Riau, Indonesia. Kota kecamatan ini adalah Selatpanjang. Selatpanjang merupakan kota yang menjadi transit transportasi laut dari Pekanbaru menuju Pulau Batam atau Tanjung Balai Karimun dan sebaliknya. Selatpanjang Juga merupakan Ibu kota Kabupaten Kepulauan Meranti. Dengan batasan wilayah:  
 Utara : kecamatan rangsang barat, Selatan : kabupaten siak, Barat : kecamatan tebing tinggi barat, Timur : kecamatan tebing tinggi timur.

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Penduduk Kecamatan Tebing tinggi Menurut Desa/Kelurahan dan jenis kelamin (dalam bentuk ribuan)**

Desa/Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki + Perempuan
Sesap	0,3	0,2	0,5
banglas Barat	1,8	1,7	3,5
Banglas	2,6	2,4	5,0
selat Panjang Timur	7,2	7,1	14,3
selat Panjang Selatan	4,1	4,0	8,1
alah Air	2,4	2,3	4,7
alah Air Timur	1,4	1,4	2,8
selat Panjang Barat	2,6	2,5	5,1
selat Panjang Kota	5,5	5,0	10,5
<b>Kec. Tebing Tinggi</b>	<b>27,9</b>	<b>26,6</b>	<b>54,5</b>

Sumber: Bps Kabupaten Kepulauan Meranti, 2023

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.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas produk dan kemudahan terhadap penjualan mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi menurut perspektif Ekonomi Syariah, maka dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara persial hasil penelitian dengan menggunakan uji t diperoleh kualitas produk berpengaruh terhadap penjualan dengan nilai  $t_{hitung} > 2,638 > t_{tabel} 1,985$ . Serta kemudahan berpengaruh terhadap penjualan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,517 > 1,985$ . Uji f diperoleh kualitas produk dan kemudahan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap penjualan dengan nilai  $F_{hitung} > 16,500 > F_{tabel} 3,093$  dan koefisien determinasi sebesar Adjusted R Square sebesar 0,755 artinya bahwa pengaruh kualitas produk dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 75,5% sedangkan 24,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

2. Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bawa pengaruh kualitas produk dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian mie sagu di Kecamatan Tebing Tinggi sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Sebab pada variabel kualitas produk sudah di jelaskan bahwa salah satu contoh sifatnya itu adalah amanah atau yang dapat diartikan sebagai tanggung jawab, oleh karena itu jika penjual dapat bertanggung jawab maka konsumen juga akan percaya dengan produk yang di tawarkan. Kemudian variabel kemudahan juga sudah dijelaskan bahwa kemudahan masuk dalam konsep *masalah* yang artinya mengundang kebaikan artinya jika penjual mie sagu memasarkan lebih luas lagi penjualan produknya maka konsumen akan mudah untuk mendapatkan produk mie sagu yang ditawarkan terutama untuk konsumen yang berasal dari luar daerah. Oleh karena itu konsumen tidak akan ragu lagi untuk membeli kembali produk mie sagu tersebut karena sudah terjamin.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan beberapa saran anantara lain berikut:

1. Bagi pelaku usaha diharapkan untuk meningkatkan kualitas produk seperti kemasan yang terdapat pada produk karena setelah penulis melakukan survei kemasan mie sagu masih terlihat kurang menarik agar konsumen lebih tertarik dengan produk yang di jual, dan perlu di

#### 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.

- tingkatkan kembali kualitas produk agar konsumen merasa puas dari pada sebelumnya.
2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar lebih memperluas penelitian ini dengan menambahkan variabel lain selain kualitas produk dan kemudahan yang dapat mempengaruhi penjualan.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

Hak Cipta 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.

## DAFTAR PUSTAKA

### Al -Qur'an Dan Hadist

Al-Hafizh Ibnu Hajar al-Asqalani, *Kitab Bulughul Maram dan Terjemahnya*, Himpunan Hadist-Hadist Dalam Fikih Islam (Bandung:Darul Haq,2022)

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV asy-syifa, 1998)

### Buku

Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran* edisi pertama. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Abdullah Ma'ruf, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.

Basu Swasth dan Sukotjo Ibnu, *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999).

Djamil Fathurrahman, *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

Etta mamang sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.

Yulitasari Deavy, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha*, Jakarta, 2006.

Juni Priansa Donni, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Tjipton Fandi dan Gregorius Chandra Gregorius, *Pemasaran Strategik*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2014.

Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT Bumi aksara, 2013.

Lijan P. Sinambela dan Sarton Sinambela, *Metode Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021.

**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.

Nafarin Muhammad, *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Mashuri, *System Perdagangan Dalam Islam*. Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, 2005.

Nisfiannoor Muhammad, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika. 2009.

Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Sadono Sukirno, dkk, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2006.

Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.

Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia group, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Widodo, *Metode Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.

Yamit, Zulian, *Manajemen Produksi dan Operasi* Edisi kedua. Yogyakarta :Ekonisia, 2003.

**Jurnal/Kamus/Skripsi**

Bunga Windy Antika dan Anik Lestari Andjarwati, Pengaruh Kemudahan Dan *Emotional Factor* Terhadap *Word of mouth* Dengan kepuasan Sebagai Variabel Interveling, dalam *Ilmu Manajemen*, Vol.4, No.3, 2016.

Mahendra, Ayu, "Pengaruh Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Terhadap Volume Penjualan Pada PT LA Genius Internasional Groub Cabang

**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.

Medan” Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Muhtarom, Abid, dkk, Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Realitionship Marketing dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Ayam Potong Online Elmonsu, dalam *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, Vol. 6, No.4., 2022.*

Wijaya, Chandra, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk” , Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Dian Agustiningrum dan Anik Lestari Andjarwati, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace, dalam *Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, Vol 9., No. 3., 2021.*

Fanny Anggraeny putri dan Sri Setyo Iriani, Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater, dalam *Ilmu manajemen, Vol 8., No. 3.2020.*

Hendri Dunan, dkk, Analisi faktor- faktor yang mempengaruhi penjualan “waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung dalam *Jurnal Bisnis, Managemen dan Informatika, Vol.17., No.2.2020.*

Dian Agustiningrum dan Anik Lestari Andjarwati, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace, dalam *Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, Vol.9, No.3, 2021.*

Saripudin, Nabilla Faihaputri, Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan Pengguna Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi kasus di e-commerce JD.id, dalam *Edunomika, Vol. 05, No. 02., 2021.*

**D. Website**

MerantiKab.bps.go.id. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kepulauan Meranti, <https://merantikab.bps.go.id/>. 2022

[http://www.academia.edu/8524389/analisis\\_pengambilan\\_keputusan](http://www.academia.edu/8524389/analisis_pengambilan_keputusan), Di akses pada tanggal 2023



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### 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.



UIN SUSKA RIAU



## LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 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.

## Lembar Kuisioner

### INSTRUMEN KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAGU DI KECMATAN TEBINGG TINGGI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah dicantumkan diatas, maka dengan hormat saya:

Nama : Nurul Hasanah

NIM : 11920521110

Memohon dengan kesedian untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini secara jujur dan benar. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian saya lakukan dalam rangka Menyelesaikan Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Atas ketersediannya dan partisipasi dari teman - teman dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya

Nurul Hasanah

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta 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.

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

Pilihlah Salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia :
  - a. 16-20 Tahun
  - b. 21-25 Tahun
  - c. 26-30 Tahun
  - d. 31-35 Tahun
4. Alamat :

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

**3. PERTANYAAN**

**KUALITAS PRODUK (X1)**

No	Pernyataan	S	SS	KS	TS	STS
1	Mie sagu yang dijual diproses sendiri oleh orang yang benar benar mahir.					
2	Saya yakin mie sagu yang dibeli memiliki berat yang sama setiap kemasannya.					
3	Saya yakin bahan baku yang digunakan dalam pembuatan mie sagu tidak berbahaya.					
4	Proses pembuatan mie sagu tidak menggunakan bahan pengawet sehingga tidak bisa bertahan terlalu lama.					
5	Penjual mie sagu selalu mengutamakan kepuasan pelanggannya.					
6	Saya percaya pihak penjual akan bertanggung jawab saat terjadi masalah pada produknya.					
7	Penjual mie sagu mampu menjaga komitmen sebagai bentuk menjaga kepercayaan konsumennya.					
8	Penjual mie sagu sangat cepat dalam memberikan layanan kepada setiap konsumennya.					

**4. PEMUDAHAN (X2)**

No	Pernyataan	S	SS	KS	TS	STS
1	Penjualan mie sagu sudah diperjual belikan secara online.					
2	Produk mie sagu mudah didapatkan dimana saja.					
3	Saya sangat mudah untuk mengolah mie sagu.					
4	Produk mie sagu dapat di masak kapan saja dan dimana saja.					
5	Produk mie sagu juga sangat mudah untuk diperjual belikan kembali.					
6	Penjualan mie sagu dilakukan dalam keadaan mentah dan ada juga yang sudah siap santap atau sudah dimasak.					

**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.

7	Mie sagu dapat meningkatkan keterampilan dalam memasak.					
8	Cara memasak yang sangat mudah membuat saya bebas berkreasi untuk mengolah mie sagu menjadi makanan yang enak sesuai selera.					

**KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli produk mie sagu karena adanya kebutuhan.					
2	Saya membeli produk mie sagu dengan keinginan karna harga dan kualitas produk yang bagus.					
3	Saya membeli produk mie sagu karena ada adanya bujukan dari orang lain.					
4	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membelinya.					
5	Saya tidak pernah kecewa setelah membeli produk mie sagu.					
6	Saya akan membeli produk mie sagu secara terus menerus atau berulang-ulang.					

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruhnya 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.

**UJI VALIDITAS VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)**

		Correlations								KUALITAS PRODUK
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
X1.1	Pearson Correlation	1	.245*	.283**	.265**	.256*	.026	.398**	.030	.489**
	Sig. (2-tailed)		.016	.005	.009	.012	.802	.000	.770	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.245*	1	.338**	.289**	.348**	.138	.264**	.049	.559**
	Sig. (2-tailed)	.016		.001	.004	.001	.180	.009	.638	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.283**	.338**	1	.212*	.205*	.307**	.354**	.263**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001		.038	.045	.002	.000	.010	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.265**	.289**	.212*	1	.308**	.088	.170	.180	.522**
	Sig. (2-tailed)	.009	.004	.038		.002	.391	.098	.079	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.256*	.348**	.205*	.308**	1	.184	.256*	.210*	.537**
	Sig. (2-tailed)	.012	.001	.045	.002		.073	.012	.040	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.026	.138	.307**	.088	.184	1	.386**	.409**	.503**
	Sig. (2-tailed)	.802	.180	.002	.391	.073		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.398**	.264**	.354**	.170	.256*	.386**	1	.335**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.098	.012	.000		.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.030	.049	.263**	.180	.210*	.409**	.335**	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	.770	.638	.010	.079	.040	.000	.001		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.489**	.559**	.621**	.522**	.537**	.503**	.584**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

**UJI VALIDITAS VARIABEL X2 (KEMUDAHAN)**

Correlations	
--------------	--

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip, sebarkan atau sebarluaskan 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.

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	KEMUDAHAN
2.1 Pearson Correlation	1	.507**	.468**	.410**	.282**	.228*	.184	.219*	.637**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.026	.072	.032	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
2.2 Pearson Correlation	.507**	1	.381**	.383**	.181	.196	.201	.438**	.648**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.078	.055	.050	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
2.3 Pearson Correlation	.468**	.381**	1	.437**	.429**	.210*	.218*	.186	.670**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.040	.033	.069	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
2.4 Pearson Correlation	.410**	.383**	.437**	1	.370**	.306**	.286**	.138	.680**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.002	.005	.179	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
2.5 Pearson Correlation	.282**	.181	.429**	.370**	1	.504**	.213*	.295**	.665**
Sig. (2-tailed)	.005	.078	.000	.000		.000	.037	.004	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.6 Pearson Correlation	.228*	.196	.210*	.306**	.504**	1	.361**	.087	.613**
Sig. (2-tailed)	.026	.055	.040	.002	.000		.000	.401	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.7 Pearson Correlation	.184	.201	.218*	.286**	.213*	.361**	1	.237*	.560**
Sig. (2-tailed)	.072	.050	.033	.005	.037	.000		.020	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.8 Pearson Correlation	.219*	.438**	.186	.138	.295**	.087	.237*	1	.488**
Sig. (2-tailed)	.032	.000	.069	.179	.004	.401	.020		.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KEPUTUSAN PEMBELIAN	.637**	.648**	.670**	.680**	.665**	.613**	.560**	.488**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

**UJI VALIDITAS VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**



**Correlations**

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	MINAT
Pearson Correlation	1	.388**	.324**	.302**	.271**	.296**	.744**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.008	.003	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.388**	1	.204*	.248*	.292**	.371**	.648**
Sig. (2-tailed)	.000		.047	.015	.004	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.324**	.204*	1	.366**	.067	.051	.556**
Sig. (2-tailed)	.001	.047		.000	.514	.624	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.302**	.248*	.366**	1	.189	.222*	.625**
Sig. (2-tailed)	.003	.015	.000		.065	.030	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.271**	.292**	.067	.189	1	.153	.551**
Sig. (2-tailed)	.008	.004	.514	.065		.136	.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.296**	.371**	.051	.222*	.153	1	.506**
Sig. (2-tailed)	.003	.000	.624	.030	.136		.000
N	96	96	96	96	96	96	96
Pearson Correlation	.744**	.648**	.556**	.625**	.551**	.506**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

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

### UJI RELIABILITAS VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.703	8

### UJI RELIABILITAS VARIABEL X2 (KEMUDAHAN)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	8

### UJI RELIABILITAS VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.665	6

### UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99706775
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.047
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Collinearity Statistics	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
Kualitas produk	.823	1.216	
Kemudahan	.823	1.216	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.447	2	67.223	16.500	.000 <sup>b</sup>
	Residual	378.887	93	4.074		
	Total	513.333	95			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, KUALITAS PRODUK

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

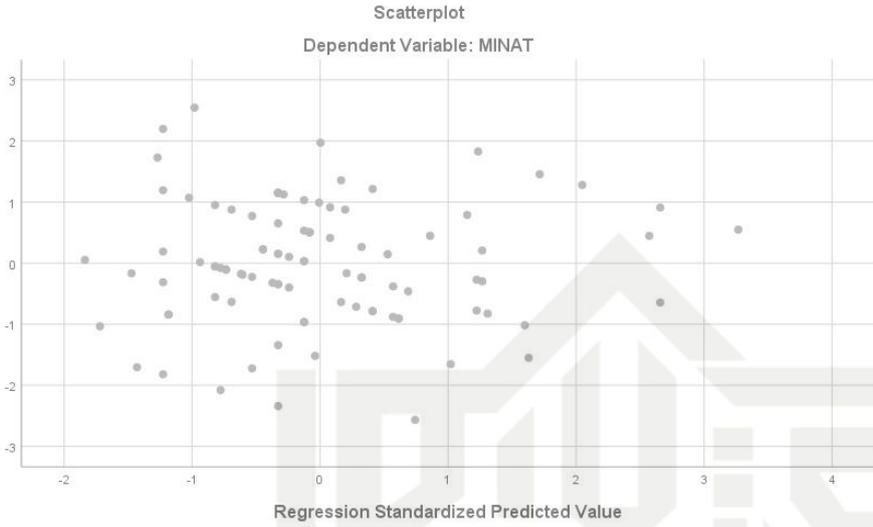
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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.

## HASIL Uji HETEROKODESTISITAS



## KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.781	.755	2.01843
a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN				

### 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.

## TABULASI DATA

### VARIABEL KUALITAS PRODUK XI

	KUALITAS PRODUK								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	4	4	5	4	4	5	3	34
2	5	4	5	5	4	4	5	5	37
3	5	4	4	5	4	3	4	4	33
4	3	3	4	4	4	4	4	4	30
5	3	5	4	4	5	4	4	3	32
6	3	3	4	3	4	4	4	4	29
7	3	4	4	4	4	4	4	4	31
8	4	4	4	4	4	4	5	5	34
9	4	5	5	5	5	5	5	5	39
10	4	4	4	3	4	4	4	4	31
11	4	4	4	4	4	3	4	3	30
12	4	3	4	4	5	5	4	3	32
13	4	4	4	4	3	3	4	3	29
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	5	4	4	5	5	4	35
16	4	4	4	4	4	5	4	4	33
17	3	3	4	3	3	3	4	4	27
18	4	2	4	4	4	4	4	4	30
19	4	4	4	5	4	4	4	4	33
20	5	5	3	4	4	3	4	3	31
21	4	5	4	3	5	4	5	4	34
22	5	4	5	4	3	5	5	5	36
23	4	3	4	3	3	4	4	2	27
24	4	4	4	3	4	5	4	4	32
25	4	5	5	4	4	4	4	4	34
26	5	3	5	3	4	4	4	4	32
27	3	4	4	3	4	3	4	5	30
28	4	4	4	4	5	4	4	5	34
29	3	3	4	4	4	4	4	4	30
30	4	4	5	4	5	5	4	5	36
31	4	4	4	3	4	4	4	4	31

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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

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

5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	31
2	4	4	4	4	4	4	4	30
4	3	4	4	4	3	4	3	29
4	5	5	5	4	4	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	3	4	3	31
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	4	5	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	4	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	5	5	4	4	4	4	3	33
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	4	4	4	30

VARIABEL KEMUDAHAN X2

KEMUDAHAN								
1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	3	4	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	3	4	5	32
4	3	3	4	5	4	3	4	30
4	3	4	4	5	4	4	5	33
5	4	4	4	4	4	3	4	32

© 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, 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	3	4	4	3	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	5	38
3	4	4	4	4	4	4	31
5	2	4	2	4	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	4	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	5	4	4	36
4	4	3	4	4	4	4	31
3	3	4	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	5	4	34
3	5	4	4	5	5	3	33
5	4	5	5	4	5	4	37
5	5	4	4	4	4	4	35
4	5	4	3	4	3	4	32
4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	3	4	4	4	4	31
5	4	5	4	4	3	4	33
3	4	4	4	3	4	4	30
5	4	4	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	3	3	4	28
4	5	5	5	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	3	4	30
5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	4	5	4	34
5	4	3	3	3	5	5	33
4	3	3	4	4	4	4	30
4	4	5	5	4	5	4	35
4	4	4	4	3	3	4	29
5	5	5	5	5	4	5	39

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© 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, 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	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	4	5	5	5	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	3	4	4	4	4	4	4	31
5	4	5	4	5	4	5	5	36
4	4	4	4	4	2	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	4	5	4	4	4	5	4	36
4	4	3	4	4	4	3	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	4	4	35
5	4	5	4	4	4	2	4	33
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	2	4	5	32
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32

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.

4	4	3	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	4	4	30
5	4	3	4	4	3	5	32
5	5	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	40

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

KEPUTUSAN PEMBELIAN						
1	2	3	4	5	6	TOTAL
4	4	4	4	4	5	25
5	5	4	5	3	5	27
5	4	3	4	4	5	25
3	5	4	2	4	5	23
5	4	4	3	5	5	26
5	4	5	3	2	5	24
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	4	26
3	3	4	3	3	4	20
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	5	4	5	27
5	4	5	4	3	5	26
4	4	4	4	4	4	24
3	5	3	3	4	5	23
3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	4	4	5	25
3	4	4	3	4	4	22
4	4	3	4	5	5	25
5	5	5	5	5	5	30

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3	4	5	5	3	4	24
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	4	26
5	4	5	5	5	5	29
4	4	5	4	4	5	26
3	4	3	3	3	4	20
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	4	3	5	24
3	4	4	3	3	4	21
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	3	4	21
4	3	4	5	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	4	27
5	4	4	3	5	5	26
5	5	5	4	5	4	28
5	3	5	3	3	3	25
3	3	3	3	5	3	20
3	3	5	5	3	5	24
3	4	4	3	5	4	23
4	4	4	3	5	5	25
5	5	4	4	4	5	27
4	3	4	4	3	4	22
3	5	4	5	3	5	25
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	5	5	5	27
3	4	4	5	4	5	25
5	5	4	4	4	5	27
5	4	4	3	4	4	24
3	4	4	4	3	4	22
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	5	4	22
3	3	4	3	3	4	20
5	5	5	4	4	4	27
3	4	4	4	4	5	24

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	4	5	4	25
5	5	4	5	5	5	29
4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	5	23
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	5	26
3	3	5	4	5	5	25
4	4	4	4	3	4	23
4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	5	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	4	4	26
4	5	5	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	4	5	5	28
3	4	4	4	4	4	23
4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### DOKUMENTASI PENELITIAN



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.



# Journal of Sharia and Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh>

CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

Journal of Sharia and Law

## SURAT KETERANGAN

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

Nama Author : Nurul Hasanah  
 Email : nrlhasanah5@gmail.com  
 Judul Artikel : **Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Penjualan Mie Sagu Di Kecamatan Tebing Tinggi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**  
 Pembimbing I : Dr. Rustam,SE., ME.Sy  
 Pembimbing II : Kemas Muhammad Gemilang SHI,.MH

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

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 15 September 2023

An. Pimpinan Redaksi

Haniah Lubis, S.E., ME.Sy

NIP. 198311072019032004

UIN SUSKA RIAU

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



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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkannya ke lembaga penerbitan, penulisan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/55769  
 TENTANG



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

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : UIN.00/F3/PP.00.9/3179/2023 Tanggal 16 Maret 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- 1. Nama : **NURUL HASANAH**
- 2. NIM / KTP : 11920521110
- 3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
- 4. Jenjang : **S1**
- 5. Alamat : **PEKANBARU**
- 6. Judul Penelitian : **PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN MIE SAGU DI KECAMATAN TEBING TINGGI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**
- 7. Lokasi Penelitian : **KECAMATAN TEBING TINGGI KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI**

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 dihitung 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 : 13 April 2023



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

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

**Tembusan :**

- Disampaikan kepada Yth :**
- 1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
  - 2. Bupati Kepulauan Meranti
  - 3. Up. Kepala DPMPTSP dan Tenaga Kerja di Selatpanjang
  - 4. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
  - 4. Yang Bersangkutan



PEMERINTAH KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI  
DINAS PENANAMAN MODAL  
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Merdeka Nomor 83. Selatpanjang Kode Pos 28753  
Telp / Fax (0763) 33630, Email : dpmpstpkabmeranti@gmail.com

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
Nomor : 503/DPMPTSP/V/2023/SKP/061

TENTANG :

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

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Kepulauan Meranti, Berdasarkan Surat Rekomendasi dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/55769 Tanggal 13 April 2023 dengan ini memberikan persetujuan penelitian kepada :

Nama : **NURUL HASANAH**  
NIK : 1403054502023322  
NIM : 11920521110  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : **Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Konsumen Terhadap Penjualan Mie Sagu di Kecamatan Tebing Tinggi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**  
Lokasi Penelitian : Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari aturan yang berlaku.
2. Pelaksanaan kegiatan penelitian dan pengumpulan data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal surat ini dibuat.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu lancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Selatpanjang  
Pada tanggal : 08 Mei 2023

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI**



**H. SUTARDI, S.Sos, MM**  
Rembina Tk. I (IV/b)  
NIP. 19660929 198603 1 009

Tembusan Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kepulauan Meranti;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

#### 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.

## BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama Nurul Hasanah, lahir di Alahair 05 Februari 2002. Anak pertama dari tiga saudara, pasangan dari bapak Abdul Rais dan Ibu Kusmawati. Mengawali sekolah di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Al- Istiqomah Desa Alahair pada tahun 2007-2013. Kemudian melanjutkan sekolah di MTs Negeri Selatpanjang pada tahun 2013-2016. Setelah itu melanjutkan sekolah di SMK Negeri 1 Tebing Tinggi pada Tahun 2016-2019.

Pada tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan syarif Kasim Riau dengan program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum. Dari tahun 2021 bulan Juli penulis mengikuti program Praktik Kerja Lapangan (PKL) Di Bank Syariah Indonesia KCP Selatpanjang. Dan ditahun 2022 Penulis mengikuti Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Kelurahan Tanjung Kapal Kec. Rupat Kabupaten Bengkalis. Penulis melakukan seminar proposal pada tanggal 27 Desember 2022 dan kemudian melakukan ujian munaqasah pada 27 Oktober 2023 dengan judul Skripsi **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu di Kecamatan Tebing Tinggi Perspektif Ekonomi Syariah“** dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).