



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 mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
PERSAINGAN USAHA *ADVERTISING* DI JALAN PANGERAN
HIDAYAT PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Syariah Dan Hukum**



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**SYOFYAN ALI LUBIS
NIM. 11920511196**

PROGRAM S1

**EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2024 M/1445 H



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Persaingan Usaha *Advertaising* di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, yang ditulis oleh:

Nama : Syofyan Ali Lubis
 NIM : 11920511196
 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, Maret 2024

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Budi Azwar, S.E, M.S.Ec
 NIP. 19800104 200801 1 005

Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag
 NIP. 19720901 200501 1 005

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta 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 Harga dan Kualitas Produk terhadap Persaingan Usaha *Advertaising* di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : Syofyan Ali Lubis
 NIM : 11920511196
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 02 April 2024
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 13 Mei 2024

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Sekretaris
Nuryanti, S.E.I, ME.Sy

Penguji I
Dr. Drs. H. Muh. Said HM, MA, MM

Penguji II
Dr. Rustam, SE, ME.Sy

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag

NIP. 197410062005011005



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Syofyan Ali Lubis
 NIM : 11920511196
 Tempat/ Tgl. Lahir : Kandis, 09 Agustus 2001
 Fakultas : Fakultas Syariah dan Hukum
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Persaingan Usaha *Advertaising* di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

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

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

Pekanbaru, Maret 2024
 Yang membuat pernyataan



Syofyan Ali Lubis
 NIM. 11920511196

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


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Syofyan Ali Lubis, (2024):Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Persaingan Usaha *Advertising* Di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

Seiring dengan kebutuhan suatu perusahaan untuk mempromosikan usaha yang dijalankan oleh perusahaan tersebut, maka usaha periklanan atau *advertising* ini meningkat pesat di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru karena tempatnya yang sangat strategis, selain berada di tengah perkotaan dan juga di kelilingi oleh lembaga, organisasi, perusahaan, dan instansi pemerintah.dalam hal ini akan meningkatkan persaingan harga dan kualitas produk dalam usaha *Advertising*.

Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar dan jumlah penjualan. Harga (*Price*) dalam arti sempit menurut Kotler adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan analisis data berbentuk numeric atau angka, penelitian ini untuk menguji hipotesis atau teori dengan pengukuran variabel. Pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, analisi data statistic yang telah di tetapkan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) H_{a1} diterima yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha. Hal ini berdasarkan uji parsial (uji t) yang diperoleh nilai terhitung sebesar $2,550 > t_{tabel} 2,048$. (2) H_{a0} diterima yang menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap persaingan usaha. Hal ini berdasarkan uji parsial (uji t) yang diperoleh nilai terhitung sebesar $-0,664 < t_{tabel} 2,0484$. (3) H_{a3} diterima yang menyatakan harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha. Hal ini berdasarkan uji simultan (uji f) yang diperoleh nilai terhitung sebesar $4,483 > f_{tabel} 4,210$. (4) Tinjauan ekonomi syariah tentang persaingan usaha *advertising* di Jalan Pangeran Hidayat kecamatan Pekanbaru Kota belum sesuai Ekonomi Islam, karena terdapat praktek persaingan usaha yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Dalam Islam persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan secara positif yang tidak menghalalkan segala cara hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Persaingan Usaha, *Advertising*, Ekonomi Syariah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan serta kamilia-Nya kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar dan terselesaikan. Sholawat serta salam tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, mudah-mudahan dengan seringnya kita bersholawat kita termasuk umat yang mendapat syafaat beliau di hari akhir kelak. Aamiin

Alhamdulillah, akhirnya penulis dapat merampungkan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Persaingan Usaha Advertising di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**. Skripsi ini adalah hasil karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Terkhusus kepada kedua orang tua penulis, Ayah Rijali Lubis dan Ibu Sakinah yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab beserta jajarannya.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum bapak Dr. H. Zulkifli, M.Ag, serta Wakil Dekan I bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA, Wakil Dekan II bapak Dr. H. Mawardi, M.Si, dan Wakil Dekan III ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag, beserta seluruh Bapak/Ibu jajaran Fakultas Syariah dan Hukum.
4. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag, M.Ag dan Sekretaris program studi Bapak Syamsurizal, S.E, M.Sc.Ak, beserta staf program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Budi Azwar, S.E, M.S.Ec dan Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Syamsuddin Muir, LC, MA selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehat dalam masa perkuliahan
7. Kepala perpustakaan UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan pelayanan serta memberikan fasilitas berupa buku-buku sebagai referensi bagi penulis.
8. Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan membantu penulis mengerti apa yang belum penulis pelajari.
9. Kepala Dinas Perdagangan dan Penindustrian Kota Pekanbaru yang telah memudahkan penulis dalam urusan surat izin riset.
10. Bapak/Ibu pengusaha *advertising* yang telah membantu penulis dalam mendapatkan informasi atau jawaban tentang penelitian yang penulis teliti.

**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.

Do'a dan harapan penulis semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah membantu penulis dengan kebaikan yang melimpah baik dunia maupun akhirat kelak. Aamiin

Demikian skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, semoga dapat bermanfaat bagi pembaca, terkhususnya bagi penulis sendiri. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar kedepannya jauh lebih baik.

Pekanbaru, Maret 2024

Penulis,

Syofyan Ali Lubis
NIM.11920511196

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teoristis	9
1. Teori Harga.....	9
2. Teori Kualitas Produk	17
3. Teori Persaingan	21
B. Penelitian Terdahulu.....	33
D. Hipotetis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Subjek dan Objek penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknis Analisis Data	41
1. Analisis Deskriptif.....	41
2. Uji Instrumen.....	42
3. Uji Asumsi Klasik	43
4. Uji Hipotesis.....	44
G. Defenisi Operasional Vaiabel.....	46
H. Gambaran Umum	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Persaingan Usaha	51
1. Deskripsi Hasil Penelitian	51

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Karakteristik Identitas Responden.....	51
3. Uji Instrumen.....	53
4. Uji Asumsi Klasik	55
5. Uji regresi linear berganda	59
6. Uji hipotesis.....	61
7. Hubungan Indikator Setiap Variabel.....	65
B. Pembahasan	65
1. Pengaruh Harga Terhadap Persaingan Usaha	65
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Persaingan Usaha	66
3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap	
Persaingan Usaha.....	67
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Persaingan Usaha	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

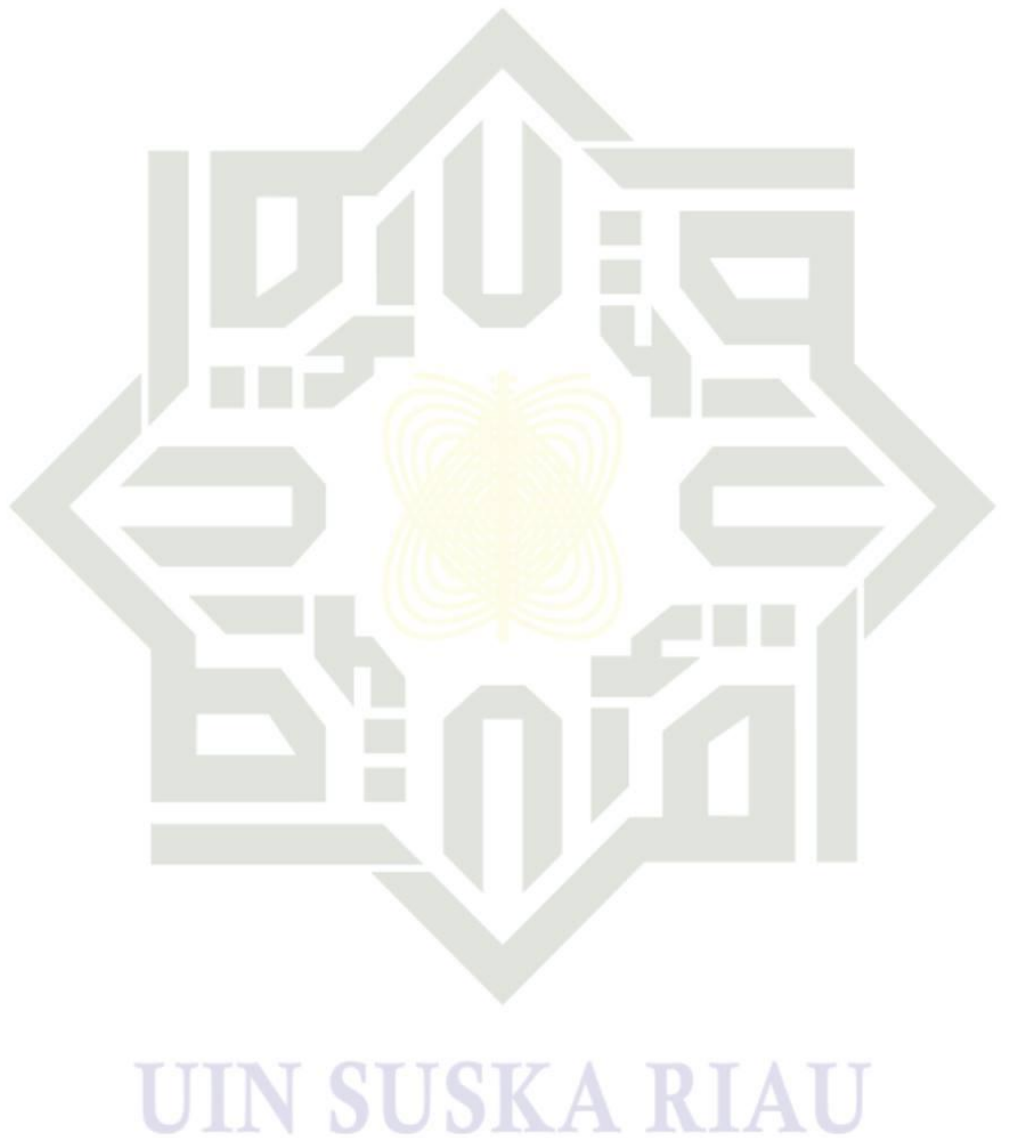
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 TABEL

Tabel 1.1 Harga Standar Pada Produk Advertising Di Jalan Pangeran Hidayat	5
Tabel 3.1 Defenisi Operasional.....	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.3 Tahun Berdiri Toko.....	52
Tabel 4.4 Uji Validitas	54
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4.9 Uji Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.10 Uji Parsial Variabel X1	61
Tabel 4.11 Uji Parsial Variabel X2	62
Tabel 4.12 Uji Simultan	63
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.14 Hubungan Indikator Setiap Variabel	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	56
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas	58



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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan sebagai salah satu bentuk karakteristik utama dalam sistem ekonomi pasar, cenderung lebih disukai dari pada kondisi nonpersaingan/ ketiadaan persaingan. Persaingan usaha atau persaingan dari sudut ekonomi oleh Richard A. Billas dibedakan menjadi persaingan murni dan persaingan sempurna. Persaingan bisa bersifat murni dan sempurna, atau bisa juga bersifat murni tetapi tidak sempurna.

Suatu persaingan disebut sebagai persaingan murni jika di pasar terdapat banyak perusahaan yang menjual produk yang identik sama. Produk dari banyak perusahaan tidak dapat dibedakan dari merek dagang ataupun label. Tiap-tiap penjual merupakan bagian yang sangat kecil jika dibandingkan dengan luas pasar, sehingga ia tidak dapat mempengaruhi harga. Jadi penjual dalam persaingan murni harus mengikuti harga di pasar. Harga ini ditentukan oleh interaksi antara penawaran industri dan permintaan industri.¹

Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Karena permasalahan ini, perusahaan biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum

¹ Maryanto, *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, Dan Fungsi KPPU (Komisi Pengawasan Persaingan Usaha)*, (Semarang: Unissula Press, 2017), Cet. Ke-1, h.12-13.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

barang beredar di pasaran.² Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, harga dalam arti sempit merupakan jumlah yang ditagihkan atas sebuah produk dan jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk dan jasa. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sebuah produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan produk dan jasa. Oleh karena itu, harga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen di dalam melakukan pembelian maka harga yang dibebankan kepada konsumen diharapkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima, sehingga dapat mewujudkan kepuasan konsumen.³

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu.⁴

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk menurut Kotler dan

² M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), Cet. Ke-1, h.216.

³ Sabar Napitupulu, et., al, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-teori Para Ahli*, (Jakarta: Atalya Rileni Sudeco, 2021), Cet. Ke-2, h.79.

⁴ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Makasar: Global Research and Consulting, 2017), Cet. Ke-1, h.32-33.

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Amstrong adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.⁵

Dalam pasar persaingan murni, terdapat banyak penjual dan pembeli yang saling bersaing untuk menjual dan membeli produk yang sama. Pasar ini dianggap ideal, karena tidak ada hambatan masuk atau keluar bagi penjual atau pembeli. Harga produk ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu permintaan dan penawaran. Penjual tidak dapat menetapkan harga sendiri, karena jika mereka menaikkan harga, pembeli akan beralih ke penjual lain yang menawarkan harga lebih rendah. Kualitas produk juga bersifat homogen, yaitu tidak ada perbedaan antara produk yang ditawarkan oleh penjual yang berbeda. Pembeli sepenuhnya sadar akan kualitas produk, sehingga mereka tidak perlu membedakan produk berdasarkan merek atau fitur.⁶ Oleh karena itu, dalam pasar persaingan murni, harga produk cenderung rendah dan kualitas produk cenderung seragam.

Oleh karena itu, persaingan murni mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka sekaligus mencoba mempertahankan harga yang kompetitif. Persaingan murni tersebut terjadi pada usaha periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru. *Advertising* itu adalah upaya atau proses mempersuasi target pasar untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau menggunakan layanan, membawa kesadaran terhadap suatu hal, dan lain sebagainya. Dalam bisnis ataupun perusahaan, *advertising* bisa digunakan untuk berbagai tujuan. Mulai

⁵ *Ibid.*, h.37.

⁶ Wikipedia, "Pasar Persaingan Sempurna", artikel dari https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_persaingan_sempurna. Di akses pada 5 juni 2024.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dari meningkatkan kesadaran akan sebuah merek, mengarahkan calon pelanggan ke bisnis, mempromosikan penjualan produk ataupun layanan baru ke pasar, serta membedakan produk dari pesaing.⁷ Periklanan atau *advertising* yang diproduksi di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru ini sudah dikenal oleh beberapa daerah, biasanya usaha periklanan atau *advertising* ini dipesan oleh suatu lembaga-lembaga yang berada di kota Pekanbaru.

Seiring dengan kebutuhan suatu perusahaan untuk mempromosikan usaha yang dijalankan oleh perusahaan tersebut, maka usaha periklanan atau *advertising* ini meningkat pesat di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru karena tempatnya yang sangat strategis, selain berada di tengah perkotaan dan juga di kelilingi oleh lembaga, organisasi, perusahaan, dan instansi pemerintah. Dari yang peneliti amati melalui Pra survey terdapat 30 usaha periklanan atau *advertising*, yaitu :

1	Pangeran Reklame	16	Master Q <i>Advertising</i>
2	Detik Reklame	17	Dunia Printing
3	Riau Reklame	18	Reklame Nusantara
4	Jobs Reklame	19	Berkah Jaya Reklame
5	Reklame Nusantara	20	Lancang Kuning Reklame
6	Dot.Art Avertising	21	Dunia Dimensi Reklame
7	Damai Reklame	22	Kreasi <i>Advertising</i>
8	MW Reklame	23	Ide Reklame
9	Metro Reklame	24	Merek Art Reklame
10	Mata Air Reklame	25	Sahabat <i>Advertising</i>
11	Bilqis Reklame	26	Unique Print
12	Details <i>Advertising</i>	27	Jaya <i>Advertising</i> Reklame
13	Letter Production <i>Advertising</i>	28	Karya Reklame <i>Advertising</i>
14	Borneo Reklame	29	Rouf Reklame
15	CMB Media Reklame	30	Fleksibel <i>Advertising</i>

⁷ Gramedia blog, “Advertising: Pengertian, Jenis, Fungsi, Manfaat, dan Tipsnya”, artikel dari <https://www.gramedia.com/literasi/advertising-adalah/>. Diakses pada 2 Februari 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.

Tabel 1.1

Harga Standar Pada Produk *Advertising* Di Jalan Pangeran Hidayat

NO	Produk	Harga
1.	Spanduk	Rp 25.000,-/m
2.	Banner	Rp 120.000,-/unit
3.	Baliho	Rp 30.000,-/m
4.	Stempel	Rp 50.000,-/unit
5.	Plakat	Rp 150.000,-/unit
6.	Name Tag	Rp 30.000,-/unit
7.	Merk	Rp 600.000,-/m

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis ingin melakukan penelitian secara ilmiah dengan judul; **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERSAINGAN USAHA *ADVERTISING* DI JALAN PANGERAN HIDAYAT PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ilmiah ini terstruktur dan terarah maka penulis membatasi permasalahan yang akan di teliti, penulis hanya akan meneliti usaha periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menurut perspektif ekonomi syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap persaingan usaha?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap persaingan usaha?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap pesaingan usaha?
4. Bagaimana praktik harga dan kualitas produk dalam persaingan usaha *advertising* menurut perspektif ekonomi syariah?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap persaingan usaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap persaingan usaha.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap persaingan usaha.
4. Untuk mengetahui praktik harga dan kualitas produk dalam persaingan usaha *advertising* menurut perspektif ekonomi syariah

E. Manfaat Penelitian

1. Peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini mampu memberikan informasi, wacana dan berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan persaingan usaha.

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



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan baru bagi para pengusaha *advertising* sebagai pertimbangan dalam menentukan harga dan kualitas produk yang sesuai dengan ekonomi syariah.
3. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan di program S1 Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh penulisan yang sistematis, maka peneliti perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga mampu menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah untuk dipahami. Adapun sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisikan tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang metode penelitian mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber dan jenis data, teknik

pengumpulan data, teknik analisi data serta defenisi operasional variabel.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, mencakup ada atau tidaknya pengaruh harga dan kualitas produk pada usaha advertising di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menurut ekonomi syariah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan temuan yang telah diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoristis

1. Teori Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sederhananya, harga merupakan cerminan nilai jual atas produk atau jasa yang telah melalui proses produksi. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual.⁸

Harga (*Price*) dalam arti sempit menurut Kotler adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.⁹

Pada saat yang bersamaan, penetapan harga adalah permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran, dan banyak perusahaan yang tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat

⁸ Nurul Huda, et., al, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok: Kencana, 2017), h.49.

⁹ Satriadi, et., al, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Samudera Biru, 2021), h.103.

menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan dari pada meyakinkan pembeli bahwa produknya yang bernilai lebih layak dihargai tinggi. Kesalahan umum lainnya termasuk penetapan harga yang berorientasi pada nilai bagi pelanggan, dan penetapan harga tidak memasukkan bagian lain dalam bauran pemasaran kedalam perhitungannya. Beberapa manajer melihat penetapan harga sebagai hal yang sangat memusingkan kepala, namun manajer yang cerdas memberlakukan penetapan harga sebagai alat strategi kunci untuk menciptakan dan menangkap nilai pelanggan. Harga mempunyai pengaruh yang langsung bagi laba perusahaan.¹⁰

b. Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam menentukan harga suatu produk. Perusahaan harus memutuskan apa yang ingin dicapainya dengan menawarkan produk tertentu. Tujuan-tujuan ini mungkin berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Tujuan-tujuan penetapan harga menurut Budi Rahayu dalam buku manajemen pemasaran, antara lain:¹¹

- 1) Mendapatkan posisi pasar. Misalnya: penentuan harga murah untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Caranya adalah dengan melakukan perang harga dan pengurangan kontribusi laba.
- 2) Mencapai kinerja keuangan. Harga-harga dipilih untuk membantu pencapaian tujuan keuangan seperti kontribusi laba dan arus kas.

¹⁰ *Ibid.*, h. 104.

¹¹ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017), Cet. Ke-1, h.103.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Harga yang terlalu tinggi mungkin tidak akan didrespon oleh para pembeli.

- 3) Penentuan posisi produk. Harga dapat digunakan untuk membantu meningkatkan citra produk, mempromosikan kegunaan produk, menciptakan kesadaran, dan tujuan penentuan posisi lainnya.
- 4) Merangsang permintaan. Harga dapat digunakan untuk mendorong para pembeli untuk mencoba produk atau merek tertentu saat penjualan sedang lesu.
- 5) Mempengaruhi persaingan. Harga dapat dimanfaatkan untuk mempengaruhi persaingan yang ada atau calon pembeli, dengan cara menghambat masuknya pesaing baru ataupun bertambahnya market share pesaing yang ada.

c. Analisa Situasi Penetapan Harga

Menurut Budi Rahayu Tanama Putri dalam buku manajemen pemasaran, analisa situasi penetapan harga meliputi estimasi mengenai kepekaan pasar produk terhadap harga, penentuan biaya produk, analisis persaingan, dan penilaian terhadap hambatan-hambatan hukum dan etika.

- 1) Kepekaan pasar produk terhadap harga. Kepekaan ini dapat dilihat pada elastisitas harga yang merupakan persentase perubahan jumlah yang diminta bila harga berubah dibagi dengan presentase perubahan harga. Elastisitas harga ini juga berpengaruh terhadap penetapan harga.
- 2) Penentuan biaya produk. Dalam menganalisis biaya perlu diperhatikan langkah-langkah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



- a) Penentuan struktur biaya. Yang dianalisis pertama kali adalah strategi biaya produksi dan distribusi produk.
 - b) Analisis hubungan antara biaya dan volume. Dalam analisis ini ditentukan sejauh mana volume dan apa yang dihasilkan serta distribusinya.
 - c) Analisis keunggulan bersaing. Menempatkan para pesaing kunci kedalam kategori biaya produk relatif.
 - d) Estimasi dampak pengalaman atas biaya. Pengalaman atau analisis kurva pembelajaran (dengan menggunakan data historis) menunjukkan bahwa biaya dan harga suatu produk cenderung turun saat jumlah produksi semakin ditingkatkan.
 - e) Penentuan tentang kendali atas biaya. Pertimbangan-pertimbangan seperti sejauh mana kepemilikan dan pengembangan, kekuatan tawar menawar dengan pemasok, inovasi proses, dan faktor-faktor lainnya saling terkait.
- 3) Analisis persaingan. Dalam menganalisis persaingan, setiap strategi harga pesaing perlu dievaluasi untuk menentukan perusahaan mana yang merupakan pesaing langsung, bagaimana perusahaan yang bersaing ditempatkan pada harga relative dan sejauh mana harga digunakan sebagai suatu bagian aktif dari strategi pemasaran mereka. Kemudian dianalisis juga sejauh mana keberhasilan strategi harga setiap pemasaran mereka dan bagaimana reaksi pesaing dalam mengubah strategi harga.

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.

- 4) Persaingan terhadap hambatan-hambatan hukum dan etika. Menganalisis situasi penetapan harga menyangkut situasi terhadap faktor-faktor hukum dan etika yang mungkin mempengaruhi pemilihan suatu strategi harga. Keanekaragaman hukum dan peraturan mempengaruhi tindakan penetapan harga.¹²

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Secara umum ada faktor yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga yaitu:

1) Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor ini merupakan faktor utama dalam penetapan harga. Tujuan ini meliputi maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain-lain.

2) Strategi Bauran Pemasaran

Harga harus dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi.

3) Biaya

Biaya merupakan faktor utama yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Setiap perusahaan selalu menaruh perhatian besar pada aspek struktur

¹² *Ibid.*, h.104-106.

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.

biaya (tetap dan variabel) dan jenis-jenis biaya yang lain (*opportunity cost*).

4) Organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pihak-pihak yang biasanya berpengaruh dalam penetapan harga diantaranya adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.¹³

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam buku manajemen pemasaran pendekatan praktis dengan teori-teori para ahli untuk penetapan harga, maka produsen harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1) Kondisi Pasar

Dalam hal ini, perusahaan harus mengenal secara mendalam kondisi pasar (monopoli, persaingan bebas dan hal lainnya) yang akan dimasuki, perusahaan kompetitor termasuk bentuk perusahaan serta peta kekuatan atau kelemahan kompetitor.

2) Harga Produk Kompetitor

Dalam menentukan harga, sebaiknya kita harus mengenal harga Kompetitor yang ada di pasar (*price awareness*) dan harga yang diberikan kepada konsumen. Lazimnya harga yang beredar di pasaran

¹³ Arif Fakhruddin, et., al, *Bauran Pemasaran*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2022), Cet-1, h.33-34.

berbeda dengan harga yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini disebabkan strategi kompetitor dan aspek lainnya antara kompetitor dengan pelanggannya. Untuk itu, sangat diperlukan riset ke lapangan dalam bentuk riset kuantitatif dan dibantu dengan intelijen pemasaran.

3) Elastisitas Permintaan dan Besaran Permintaan

Yang dimaksud dengan elastisitas di sini, adalah untuk mengetahui berapa besar perubahan permintaan yang disebabkan dengan perubahan harga. Di samping itu pula sangat diperlukan respon konsumen terhadap perubahan harga yang dikaitkan dengan penggunaan produk itu sendiri. Misalnya, dengan penurunan harga, maka konsumen akan membeli lebih banyak atau malah tidak jadi membeli, begitu pula sebaliknya.

4) Diferensiasi dan *Life Cycle* Produk

Dalam memenangkan pasar bagi sebuah produk tentunya sangat dibutuhkan perbedaan dengan produk kompetitor. Untuk itu sangat diperlukan pemahaman akan perbedaan terhadap kompetitor baik aspek kualitas, layanan dan faktor lainnya. Di samping itu, harus mengenal posisi produk yang dikaitkan dengan waktu dan besarnya penjualan. Dengan pengenalan dan pemahaman kondisi produk, maka produsen akan lebih mudah dan bebas menentukan tarif.¹⁴

¹⁴ Sabar Napitupulu, et., al, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-teori Para Ahli*, (Jakarta: Atalya Rileni Sudeco, 2021), Cet. Ke-2, h.89-91.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

e. Harga Dalam Pandangan Ekonomi Syariah

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

Secara umum, harga yang adil berarti harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Dalam hal ini, penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Firman Allah SWT dalam al-qur'an surat An- Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁵

Berdasarkan ayat di atas, di jelaskan bahwa larangan bagi seseorang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan

¹⁵ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Penashihan Mushaf Al-Quran, 2019), h. 112.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang batil. Maksudnya dalam transaksi islam, harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.¹⁶

2. Teori Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “Total Quality Manajemen (TQM)”. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong adalah the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.¹⁷ Menurut Juran, kualitas produk adalah kecocokan pengguna produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.¹⁸

b. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar,

¹⁶ Veithzal Rivai Zainal, et., al, *Islamic Marketing Manajemen, Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), h. 430-431.

¹⁷ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, (Makasar: Global Research And Consulting Institute, 2017), Cet. Ke-1. h.37.

¹⁸ Edi Supriadi, *Analisi Pengendalian Kualitas Produk dengan Statistical process control (SPC)*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), h.16.

perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk tersebut terdiri dari :

- 1) 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.
- 2) Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- 3) Fitur, adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 4) 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.
- 5) Kesan kualitas, sering dibidang 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, persepsi konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.

terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal.¹⁹

c. Tingkatan Kualitas Produk

Menurut Arif dalam buku pelayan SDM terdapat lima tingkatan dalam kualitas produk, yaitu:²⁰

- 1) Manfaat inti. Yaitu jasa atau manfaat inti sesungguhnya yang dibeli dan diperoleh oleh konsumen. Kebutuhan konsumen paling fundamental adalah manfaat, dan ini merupakan tingkatan paling fundamental dari suatu produk. Seorang pemasar harus mampu melihat dirinya sebagai seseorang yang menyediakan manfaat kepada konsumen. Sehingga konsumen pun pada akhirnya akan membeli produk tersebut karena manfaat inti yang terdapat didalamnya.
- 2) Manfaat dasar tambahan. Tingkat selanjutnya seorang pemasar harus mampu merubah manfaat inti menjadi produk dasar. Pada inti produk tersebut terdapat manfaat bentuk dasar produk atau mampu memenuhi fungsi dasar produk kebutuhan konsumen adalah fungsional.
- 3) Harapan produk. Adalah serangkaian kondisi yang diharapkan dan disenangi, dimiliki atribut produk tersebut. Kebutuhan konsumen adalah kelayakan.

¹⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2009), Cet. Ke-1, h.33-34.

²⁰ Kiki Farida Ferine, *Pelayanan SDM*, (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022), Cet. Ke-1, h.96.

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) Kelebihan yang dimiliki produk. Yaitu salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan pesaing. Kebutuhan konsumen adalah kepuasan.
- 5) Potensi masa depan produk. Artinya bagaimana harapan masa depan dengan produk tersebut apabila terjadi perubahan dan perkembangan teknologi serta selera konsumen. Kebutuhan konsumen adalah masa depan produk.²¹

d. Kualitas Produk Dari Tinjauan Ekonomi Syariah

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *altayyibat* dan *al-riz*. *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, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, 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.²²

²¹ *Ibid.*, h.97.

²² Veithzal Rivai Zainal, et., al, *Islamic Business Management: Praktik Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*, (Jawa Timur: BPFE UGM, 2014), h.380.

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.

Firman Allah swt dalam Al-Qur'an Surat an-Naml ayat 88 yang berbunyi:

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ ۗ صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ ۗ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ

Artinya: “Engkau akan melihat gunung-gunung yang engkau kira tetap di tempatnya, padahal ia berjalan seperti jalannya awan. (Demikianlah) penciptaan Allah menjadikan segala sesuatu dengan sempurna. Sesungguhnya Dia Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”²³

Ayat diatas menerangkan bahwa dalam memproduksi suatu barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna atau sebaik-baiknya, karena Allah sudah menciptakan semua yang ada dilangit dan dibumi dengan kualitas yang sempurna.

3. Teori Persaingan

a. Pengertian Persaingan

Secara etiologi, persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu competition yang berarti persaingan atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar dan jumlah penjualan. Persaingan usaha dilakukan untuk merebut hati konsumen. Para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan. Kombinasi dari faktor tersebut untuk memenangkan persaingan merebut hati para konsumen dapat diperoleh melalui inovasi,

²³ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *op.cit.*, h. 553.

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.

penerapan teknologi yang tepat, serta kemampuan manajerial untuk mengarahkan sumber daya perusahaan dalam memenangkan persaingan.²⁴

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”²⁵

Dalam hadits juga dijelaskan persaingan dalam berbisnis:

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: “Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasulullah SAW telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu).”²⁶

Berdasarkan ayat dan hadits diatas dengan jelas bahwa sebagai pengusaha untuk bersegera dan bergegas dalam melakukan kebaikan untuk mendorong manusia saling bersaing dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Persaingan ini sering disebut persaingan positif (fastabiqul khairat). Al-Qur’an menganjurkan para pengusaha memberi kebaikan disegala hal, sebagai pengusaha muslim dianjurkan untuk memberikan kontribusi yang baik dalam persaingannya dan berusaha menghadapi persaingan dengan tidak merugikan atau memudhratkan

²⁴ Safaruddin, “Persaingan Usaha”, Artikel dari Conference paper [https:// www.researchgate.net/publication/ 359367718](https://www.researchgate.net/publication/359367718). Diakses pada tanggal 09 Februari 2023.

²⁵ Al-Qur’an Kementerian Agama RI, *op. cit.*, h. 30.

²⁶ Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), Cet. Ke 1, h. 316.

orang lain. Selain itu para pengusaha harus berprinsip bahwa persaingan bukanlah usaha untuk menjatuhkan pengusaha lainnya melainkan sebagai suatu usaha untuk memberikan yang terbaik dalam usahanya.

Dalam persaingan kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.²⁷

b. Analisis Persaingan

Setiap perusahaan harus dapat mengenali pesaingnya dengan baik. Analisis terhadap pesaing akan membantu pihak manajemen untuk memutuskan dimana akan bersaing dan bagaimana menentukan posisi menghadapi persaingan pada setiap pasar sasaran. Langkah pertama untuk melakukan analisis persaingan adalah bagaimana menetapkan struktur industri. Langkah kedua adalah mengidentifikasi kelompok industri strategis yang bersaing. Langkah ketiga dan keempat adalah mengidentifikasi, menguraikan dan mengevaluasi pesaing- pesaing utama. Langkah kelima dan keenam adalah mengidentifikasi kegiatan pesaing di masa yang akan datang dan pesaing-pesaing baru yang mungkin masuk ke pasar.

²⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Cet. Ke-7, h.279.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1) Penentuan arena persaingan

Analisis persaingan dimulai dengan mengidentifikasi struktur industri dimana perusahaan akan bersaing. Daerah persaingan akan menunjukkan para pesaing yang sebenarnya dan potensial. Sumber-sumber persaingan bisa bermacam-macam, sehingga perusahaan dituntut mampu untuk mengidentifikasi sumber persaingan terjadi. Adapun sumber-sumber persaingan adalah:

a) Persaingan Merek.

Bentuk persaingan langsung banyak terjadi antara merek dari jenis dan bentuk produk yang sama di pasar. Merek akan saling bersaing secara keseluruhan atau bahkan pada segmen tertentu dari jenis atau bentuk produk tertentu. Pada struktur pasar yang kompleks, merek dari jenis produk yang berbeda dapat bersaing juga. Misalnya jasa keuangan yang ditawarkan bank akan bersaing dengan jasa yang ditawarkan oleh para penyedia dana.

b) Persaingan jenis dan bentuk produk.

Bentuk persaingan ini meliputi dua atau lebih jenis produk atau bentuk produk. Persaingan dapat terjadi dari perbedaan teknologi yang berbeda dalam menampilkan produk yang sama. Persaingan antara jenis produk yang berbeda untuk kebutuhan yang sama dapat merubah arena persaingan dengan menarik industri baru ke pasar. Ancaman bentuk persaingan yang baru dapat terjadi dari produk substitusi.²⁸

²⁸ Marissa Grace Haque-Fawzi, et., al, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), h. 179-180.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2) Menganalisis Tindakan Pesaing

Analisis selanjutnya dari pesaing adalah memperhatikan apa yang akan dilakukan oleh pesaing di masa mendatang dan mengidentifikasi pesaing yang potensial. Baik analisis kelompok strategis maupun analisis evaluasi pesaing sangat membantu dalam memperkirakan kecenderungan yang akan terjadi di masa mendatang. Analisis struktur industri dan kekuatan persaingan mampu mengidentifikasi pesaing yang potensial. Strategi pesaing di masa yang akan datang akan mengikuti petunjuk umum yang telah ditetapkan di masa lalu, biasanya jika tidak ada pengaruh dari luar yang menginginkan adanya perubahan strategi. Namun, menganggap bahwa strategi yang ada akan tetap efektif adalah tidak bijaksana. Tindakan pesaing yang ada dapat menjadi tanda tindakan yang akan dilakukan pesaing di masa yang akan datang.²⁹

c. Macam-macam Posisi dalam Persaingan Usaha

Di dalam persaingan usaha terdapat beberapa posisi yang ditempati oleh para pelaku persaingan usaha dilingkungan tersebut. Dalam posisi-posisi tersebut perusahaan dalam mendapatkan posisinya tidaklah mudah, perusahaan-perusahaan saling berlomba-lomba untuk mendapatkan posisi pemimpin dalam kompetisi tersebut. Secara garis besar terdapat empat posisi yaitu:

²⁹ *Ibid.*, h.184.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 1) Pemimpin pasar yaitu pemasar yang mempunyai konsumen paling banyak di pasar. Perusahaan yang diposisi ini mudah untuk mendapatkan kepercayaan pasar saat memasarkan produknya.
- 2) Pesaing pasar yaitu pesaing yang menjadi lawan utama pemimpin pasar. Para pesaing kan berlomba-lomba dalam untuk melakukan hal lebih dari pada pemimpin pasar. Pesaing pasar tidak akan ingin kalah tanding dengan pemimpin pasar walaupun kalah dengan pemimpin pasar dalam jumlah konsumen.
- 3) Pengikut pasar yaitu perusahaan pengikut yang sasaran utamanya dari perusahaan penantang, pengikut pasar tidak terang-terangan dalam persaingan karena apabila terang-terangan akan mengalami kekalahan.
- 4) Relung pasar yaitu perusahaan yang melakukan produksi barang atau jasa yang memiliki pesaing dan pengikut, tetapi juga memiliki pasar yang tidak diperhitungkan dalam persaingan. Para relung pasar diibaratkan sebagai pemasar yang tidak memiliki konsumen. Para relung pasar mendapatkan pasar sedikit demi sedikit dan pasar mereka tidak dari pemimpin pasar.³⁰

d. Faktor Pendorong Persaingan Usaha

Menurut Porter, persaingan sangatlah penting karena menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam usaha. Dalam pendorong persaingan terdapat lima faktor yang menentukan kemampuan dalam bersaing, yaitu:

³⁰ Zuriani Ritonga, *Buku Ajar manajemen strategi: Teori dan Aplikasi*, (Sleman: Deepublish, 2020), h.81.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

1) Ancaman pendatang baru

Dalam dunia usaha pendatang baru merupakan ancaman bagi suatu perusahaan. Hal tersebut apabila membawa hal atau kapasitas baru dan memiliki keinginan untuk merebut pasar dengan kekuatan yang kuat. Dengan datangnya pendatang baru maka perusahaan yang sudah ada dituntut untuk lebih efektif dan efisien.

2) Persaingan diantara pesaing yang ada

Tujuan dari persaingan adalah untuk memperebutkan posisi dengan berbagai strategi, termasuk dengan kompetisi harga, pengenalan produk, dan promosi secara besar-besar, juga meningkatkan kualitas pelayanan. Persaingan tersebut terjadi disebabkan karena suatu perusahaan merasa ada tekanan atau melihat ada peluang untuk memperbaiki posisinya.

3) Kekuatan tawar-menawar pemasok

Dengan menggunakan taktik penawaran barang, seorang pemasok dapat menekan perusahaan yang ada dengan cara menaikan harga atau dengan mengurangi kualitas barang atau jasa yang dibeli.

4) Kekuatan tawar-menawar pembeli

Didalam suatu usaha yang sama pembeli memiliki kekuatan untuk memaksa menurunkan harga atau memaksa meminta untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa, sehingga tuntutan dari pembeli tersebut menyebabkan persaingan yang sangat kuat diantara perusahaan yang bergerak dibidang usaha yang sama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5) Ancaman produk pengganti

Karena ancaman dari barang substitusi atau barang pengganti perusahaan dituntut untuk bersaing walaupun karakteristik barang tersebut berbeda, akan tetapi memiliki atau memberikan fungsi dan manfaat yang sama.³¹

d. Indikator Persaingan Usaha

Menurut Suryana terdapat 6 Indikator dalam persaingan usaha, yaitu:³²

1) Tercapainya Visi Misi

Kinerja wirausaha dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usahanya jika visi dan misinya telah tercapai. Oleh karena itu eksistensi dari visi dan misi ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha. Hal ini sejalan dengan yang telah dikemukakan oleh Suryana bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas.

2) Meningkatnya Laba

Laba merupakan tujuan utama yang dicari oleh para pelaku bisnis. Laba usaha yaitu selisih antara pendapatan dengan biaya. Jika selisih pendapatan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka dapat dikatakan bahwa perusahaan memperoleh laba. Suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu memperoleh laba dalam operasionalnya.

³¹ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), h.33.

³² Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.66.



3) Produktivitas Meningkat

Produktivitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu. Besar atau kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produk yang akan dihasilkan. Hal ini dapat mempengaruhi besar kecilnya penjualan yang pada akhirnya akan menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Oleh karena itu, suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu menjaga dan meningkatkan produktivitasnya.

4) Memiliki Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan untuk tumbuh dan berkembang. Daya saing industri adalah kemampuan industri untuk tumbuh dan berkembang dalam berkompetisi untuk merebut perhatian serta loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat bertahan atau bahkan mengalahkan persaingan pasar.

5) Memiliki Etika Bisnis yang Baik

Etika usaha adalah cara dalam menjalankan aktifitas usaha. Hal ini mencakup semua aspek yang berkaitan dengan pelaku usaha, perusahaan dan masyarakat. Etika usaha dalam suatu industri dapat membangun nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

6) Memiliki Citra yang Baik

Terdapat dua citra baik perusahaan yaitu internal dan eksternal. Internal adalah amanah yang dipegang oleh setiap individu dalam suatu perusahaan atau industri. Sedangkan eksternal yaitu timbulnya rasa amanah dari segenap konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. Sehingga suatu usaha atau industry yang berkembang dan sukses adalah yang terbangun dari karyawan-karyawan yang memiliki rasa tanggung jawab dan rasa memiliki. Begitu pula para konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat luas dan pesaing juga memiliki kepercayaan dan kenyamanan terhadap perusahaan atau industri tersebut.

e. Persaingan Usaha Dalam Islam

Ajaran Islam mewajibkan kepada seluruh umatnya untuk mencari rezeki dari hamparan karunia Allah dengan jalan yang halal. Oleh syariat Islam, pencarian rizki harus dilakukan atas dasar jalan kebaikan untuk kebahagiaan dan kemaslahatan umat manusia. Prinsip-prinsip dasar yang melandasi kewajiban mencari rezeki yang halal ini telah ditegaskan oleh Allah SWT dalam firman-Nya surah Al-Mulk ayat 15. Diantaranya adalah:³³

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ دَلْوَالًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dia lah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”³⁴

³³ Rumadi Ahmad, et.al., *Fikih Persaingan Usaha*, (Jakarta: Lakpesdam Pbn, 2019), Cet. Ke-1, h.52.

³⁴ Al-Qur’an Kementerian Agama RI, *op.cit.*, h. 830.

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.

Selain ayat di atas, Nabi Muhammad SAW juga bersabda dalam sejumlah haditsnya. Di antaranya adalah terdapat hadits dari Jabir bin ‘Abdillah, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا اللَّهَ وَأَجْمِلُوا فِي الطَّلَبِ فَإِنَّ نَفْسًا لَنْ تَمُوتَ حَتَّى تَسْتَوْفِيَ رِزْقَهَا وَإِنْ أَبْطَأَ عَنْهَا فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَجْمِلُوا فِي الطَّلَبِ خُذُوا مَا حَلَّ وَدَعُوا مَا حَرَّمَ

Artinya: “Wahai umat manusia, bertakwalah engkau kepada Allah, dan tempuhlah jalan yang baik dalam mencari rezeki, karena sesungguhnya tidaklah seorang hamba akan mati, hingga ia benar-benar telah mengenyam seluruh rezekinya, walaupun terlambat datangnya. Maka bertakwalah kepada Allah, dan tempuhlah jalan yang baik dalam mencari rezeki. Tempuhlah jalan-jalan mencari rezeki yang halal dan tinggalkan yang haram.” (HR. Ibnu Majah no. 2144, dikatakan shahih oleh Syaikh Al Albani).³⁵

Imam al-Munawi menjelaskan bahwa makna hadits ini adalah setiap umat Islam diwajibkan mengetahui kehalalan dan keharaman atas sesuatu. Dalam hal ini adalah sejumlah pengetahuan yang ada dalam ilmu fikih. Termasuk dalam pengetahuan ini adalah kehalalan dalam persaingan usaha, yakni persaingan usaha yang sehat dan maslahat bagi semuanya.

Sejumlah kaidah mu’amalah yang bisa dijadikan landasan bagi persaingan usaha yang sehat telah dicetuskan oleh para ulama. Di antara kaidah tersebut adalah sebagai berikut:

الأصل في الأشياء الإباحة

³⁵ Syamsuddin Ibnu Qayyim al-Jauziyyah, *Fawaidul Fawaid*, (Pustaka Imam As-Syafi'i, 2012), hal. 96.

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.

Artinya: “Hukum asal segala sesuatu adalah boleh.”³⁶

Kaidah ini menyatakan dengan tegas bahwa hukum asal segala sesuatu adalah boleh, selama tidak ada dalil yang mengharamkannya (al-ashlu fi al-asy>yā’i al-ibāhah mā lam yadulla ad-dalil ‘alā tahrīmihā.” Artinya, setiap kegiatan transaksi selama tidak ada larangan yang tegas dari sumber primer al-Qur’an, Hadits, dan Ijma’ ulama, maka transaksi mu’amalah tersebut hukumnya mubah, alias boleh.

Kaidah ini dijadikan dasar bagi kalangan ulama bermazhab Syafi’i (Syāfi’iyyah) dalam menentukan hukum halal atas segala sesuatu selama tidak ada dalil yang mengharamkannya. Sementara bagi sebagian kalangan ulama madzhab Hanafi berpendapat sebaliknya, yakni hukum asal segala sesuatu adalah haram selama tidak ada dalil yang menghalalkannya. Sedangkan bagi segolongan ulama lainnya bersikap “tawaqquf” alias diam dalam menyikapi hukum segala sesuatu yang belum ada dalil dalam al Qur’an, Hadits, dan Ijma’.

Meski demikian, sebenarnya terdapat perbedaan di kalangan ulama dalam merespons hukum asal segala sesuatu. Namun, mayoritas ulama Syāfi’iyyah menyatakan bahwa hukum asal segala sesuatu adalah halal (mubah), selama belum ada dalil yang mengharamkannya. Artinya, persaingan usaha menjadi halal dan dinyatakan sehat apabila tidak ada dalil yang mengharamkan atau menyatakan ketidaksehatannya. Di antara keharamannya adalah merugikan diri sendiri, merugikan orang lain,

³⁶ Duski Ibrahim, *Al-Qawa'id Al-fiqhiyah (Kaidah-kaidah Fiqih)*, (Palembang: CV Noer Fikri, 2019), h. 60

merugikan publik, merusak usaha diri sendiri, merusak usaha orang lain, dan merusak kepentingan publik.³⁷

B. Penelitian Terdahulu

Penulis melakukan beberapa penelusuran tentang skripsi terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diangkat oleh penulis. Dan adapun beberapa rujukan penelitian terdahulu sebagai berikut :

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
Hapsawati Taan ³⁸	Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo	<ul style="list-style-type: none"> - Pada penelitian ini ada satu variabel independent yang berbeda yakni inovasi produk - Objek penelitian pada usaha karawo di kota Gorontalo 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan salah satu variabel independen yang sama yaitu harga - Menggunakan metode penelitian kuantitatif - Fokus penelitian sama-sama persaingan 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha karawo - Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap keunggulan

³⁷ Rumadi Ahmad, et., al, *op. cit.*, h.53-57.

³⁸ Hapsawati Taan, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo" *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Volume 6., No. 2., (2017), h. 57.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

				bersaing usaha karawo - Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa inovasi produk dan harga serpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing usaha karawo
Isfan Fajar Ramadhan ³⁹	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Diferensiasi Produk, Citra Perusahaan terhadap Keunggulan Besaing pada Supermarket Ana Swalayan Kemantran Kabupaten Tegal	<ul style="list-style-type: none"> - Pada penelitian ini menggunakan empat variabel independent - Ada tiga variabel independent yang berbeda yakni kualitas pelayanan, diferensiasi produk dan citra perusahaan - Objek penelitian ini pada Supermarket Ana Swalayan Kemantran Kabupaten Tegal 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan salah satu variabel independen yang sama yaitu harga - Menggunakan metode penelitian kuantitatif - Fokus penelitian sama-sama persaingan 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan citra perusahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing - Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan diferensiasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing - Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga,

³⁹ Isfan Fajar Ramadhan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Diferensiasi Produk, Citra Perusahaan terhadap Keunggulan Besaing pada Supermarket Ana Swalayan Kemantran Kabupaten Tegal" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Volume 1., No. 2., (2023), h. 106.

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.

				diferensiasi produk, citra perusahaan citra terhadap keunggulan bersaing berpengaruh secara simultan
Vebrian Dwisakti, Adi Santoso, Sri Hartono ⁴⁰	Analisis strategi harga dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha sayuran hidroponik di kabupaten Ponorogo	<ul style="list-style-type: none"> - Pada penelitian ini menggunakan dua variabel independent - Menggunakan dua variabel independent yang berbeda yakni strategi harga dan inovasi produk - Objek penelitian ini pada Usaha Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Ponorogo 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode penelitian kuantitatif - Fokus penelitian sama-sama persaingan 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing - Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing - Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh strategi harga dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing

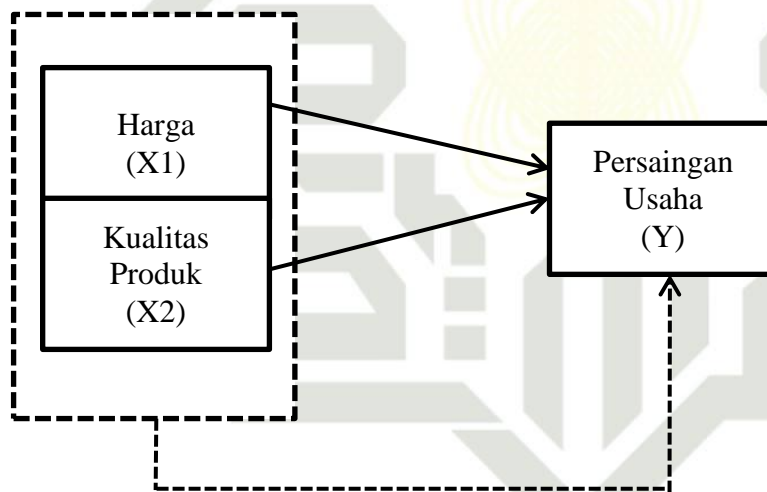
⁴⁰ Vebrian Dwisakti, Adi Santoso, Sri Hartono, "Analisis strategi harga dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha sayuran hidroponik di kabupaten Ponorogo" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, Volume 8., No. 3., (2023), h. 2559

				berpengaruh secara simultan
--	--	--	--	-----------------------------

C Kerangka Berpikir

Menurut Sapto Haryoko, kerangka berpikir adalah suatu penelitian yang menggunakan dua variabel atau lebih dalam prakteknya. Sehingga kerangka berpikir itu berisi mengenai variabel-variabel yang akan dibahas di dalam penelitian. Variabel itu lantas dijelaskan di dalam tulisan.⁴¹ Untuk itu, kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

→ : Pengaruh secara persial

- - -> : Pengaruh secara simultan

: X1= Harga

⁴¹ Sapto Haryoko dalam “Kerangka Berpikir: Pengertian, Macam, Dan Cara Membuatnya,” 2022, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/contoh-kerangka-berpikir/>, diakses pada 01 Maret 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. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: X₂= Kualitas produk

: Y= Persaingan usaha

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan konsep dan bukti empiris dari penelitian sebelumnya maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. H₀: Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap persaingan usaha
H_{a1}: Harga berpengaruh signifikan terhadap persaingan usaha
2. H₀: Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap persaingan usaha
H_{a2}: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap persaingan usaha
3. H₀: Harga dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap persaingan usaha
H_{a3}: Harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap persaingan usaha

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan analisis data berbentuk numerik atau angka, penelitian ini untuk menguji hipotesis atau teori dengan pengukuran variabel. Pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data statistic yang telah ditetapkan.⁴²

B. Subjek dan Objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek yang di analisa adalah pelaku usaha periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat kecamatan Pekanbaru Kota - Pekanbaru.

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang akan di analisa adalah persaingan murni, harga, dan kualitas produk pada usaha periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat kecamatan Pekanbaru Kota - Pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah subjek dan objek yang ada pada individu pemilik usaha periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat kecamatan Pekanbaru

⁴² Suriani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2015), h. 109.



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.

Kota - Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah 30 pemilik usaha periklanan atau *advertising*.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Ari Kunto, jika jumlah populasi kurang dari 100 maka seluruh populasi diambil semua menjadi sampel.⁴³

D. Sumber Data

Karena objek penelitian ini studi lapangan (*field research*) maka peneliti berusaha mencari informasi yang terkait dengan masalah ini. Selain itu peneliti juga mencari sumber data lain yang berhubungan dengan bahasa seperti artikel-artikel dan tulisan-tulisan ilmiah lainnya yang biasa dijadikan sumber-sumber lainnya. Oleh karena itu sumber data yang saya gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yang memberikan informasi langsung kepada peneliti, yaitu kepada pemilik dari usaha periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat kota Pekanbaru.

⁴³ Ari Kunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 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.

Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini telah tersedia dalam objek penelitian dan hasil penelitian dalam bentuk laporan. Dalam hal ini sumber data sekunder yang digunakan oleh penulis yaitu seperti buku-buku tentang bahan baku, karya ilmiah, jurnal, dan dokumen-dokumen resmi lainnya, skripsi, tesis, dan data-data lainnya tentang persaingan murni, harga, dan kualitas produk dalam periklanan atau *advertising*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha menghimpun data untuk penelitian ini digunakan beberapa metode, yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data, dalam observasi ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan persaingan murni, harga, dan kualitas produk dalam periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat kota Pekanbaru.

Angket (Kuesioner)

Angket atau yang sering disebut dengan kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan atau menanyakan kepada responden serangkaian pertanyaan atau penjelasan tertulis. Selain itu, kuesioner diisi secara mandiri dan tanpa paksaan oleh responden. Dari uraian ini, dapat dilihat bahwa survei digunakan untuk mengambil data yang diminta. Oleh karena itu, pertanyaan kuesioner harus ditulis dengan jelas

sehingga responden dapat memahaminya.⁴⁴ Pengukuran variabel menggunakan skala Likert, dan skala Likert yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel. Untuk mengukur pendapat responden terhadap survei ini, rinciannya adalah:

- a. Tidak Setuju (TS) = 1
- b. Kurang Setuju (KS) = 2
- c. Netral (N) = 3
- d. Setuju (S) = 4
- e. Sangat Setuju (SS) = 5

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data-data yang berupa buku-buku, majalah, tulisan-tulisan, gambar, atau dalam bentuk lain yang dapat menjustifikasi data dalam penelitian. Dokumen yang digunakan dalam mendukung data penelitian ini berasal dari dokumen data tentang persaingan murni, harga, dan kualitas produk dalam periklanan atau *advertising* di jalan Pangeran Hidayat kota Pekanbaru.

F. Teknis Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan apa adanya tanpa maksud untuk menarik hasilnya atau

⁴⁴ Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), h. 1-2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

generalisasi yang berlaku untuk umum. Penggunaan utama statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi.⁴⁵

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai-nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan.⁴⁶

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataan di uji validitasnya. Hasil R hitung kita bandingkan dengan R tabel dimana $Df=N-2$ dengan sig 5%. Jika R hitung lebih kecil ($<$) dari R tabel maka dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan

⁴⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h. 18.

⁴⁶ Superdi, "Pengaruh Penyajian Laporan Keuangan, Aksesibilitas dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Daerah", dalam *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, Volume 4., No. 1., (2017), h. 2021.

disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar ($>$) dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel.⁴⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk menentukan apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Distribusi normal adalah distribusi simetris dengan modus, mean dan median dipusatnya.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan jika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka H_0 diterima.⁴⁸ Uji normalitas dalam penelitian ini adalah uji normalitas P-P Plot dan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini adalah jenis data yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah alat pengujian model regresi untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel bebas. Uji

⁴⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Akuntansi Biaya: Teori & Penerapannya*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), Cet. Ke-1, h. 192.

⁴⁸ Nuryadi, et., al, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), h. 7-80.

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.

multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai referensi *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance.

Kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai tolerance variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Jika nilai tolerance variabel lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.⁴⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu alat pengujian model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.⁵⁰ Pengujian dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji heteroskedastisitas scatterplot dan uji glejser.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji T) merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Standar pengujian t adalah:

⁴⁹ Imam Ghozali, *op. cit.*, h. 101.

⁵⁰ *Ibid.*, h. 134.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka hipotesis ditolak yang artinya variabel mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka hipotesis diterima yang artinya variabel tidak mempengaruhi variabel terikat.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan (keseluruhan) menunjukkan apakah variabel bebas secara keseluruhan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis tersebut adalah:

- 1) Menentukan F hitung berdasarkan hasil output analisis regresi.
- 2) Tingkat signifikan (α) 0,05 atau 5% untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak.
- 3) Kriteria pengujian Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a diterima.⁵¹

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yang ditentukan dengan menggunakan metode statistik. Jika nilai Adjusted R square kecil berarti kapasitas variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai Adjusted R Square mendekati 1 (satu), model dapat menjelaskan variabel bebas dengan semua data yang tersedia.

⁵¹ Indra Alimuddin Saragih, "Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Desa Dalam Pembangunan Ekonomi Desa (Studi Kasus Desa Situmba Julu Kecamatan Sipitok Kabupaten Tapanuli Selatan)", dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, Volume 2., No. 18., (2019), h. 42.

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.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, kecuali variabel bebasnya lebih dari satu.

Persamaan umumnya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Persaingan Usaha

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien Regresi pada masing-masing variabel bebas

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

e = Standart Error⁵²

G. Defenisi Operasional Vaiabel

Variabel penelitian merupakan atribut atau jenis atau nilai seseorang, objek, atau beberapa bentuk kegiatan yang ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi tentangnya dan dapat menarik kesimpulan darinya.⁵³

Variabel Independen

Variabel Independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel

⁵² Echo Perdana Kusumah, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*, (Pangkal Pinang: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016), h. 61.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 38.

dependen (variabel terikat).⁵⁴ Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Harga dan Kualitas Produk. Simbol dari variabel independen adalah X.

Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari variabel independen tersebut. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Persaingan Usaha. Simbol dari variabel dependen adalah Y. Dalam penelitian ini, untuk indikator harga menggunakan teori dari Philip Kotler dan Gary Armstrong, indikator kualitas produk menggunakan teori dari Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd, dan indikator persaingan usaha menggunakan teori dari Suryana.

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X1)	Jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.	1. Kondisi pasar 2. Kompetitor 3. Permintaan 4. Diferensiasi	Skala Likert
Kualitas Produk (X2)	Karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.	1. Daya tahan 2. Spesifikasi 3. Fitur 4. Reabilitas 5. Kesan	Skala Likert
Persaingan Usaha	bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar dan jumlah penjualan.	1. Tercapainya visi misi 2. Meningkatnya laba 3. Meningkatnya produktivitas 4. Daya saing 5. Etika bisnis 6. Citra yang baik	Skala Likert

⁵⁴ *Ibid.*, h. 39.

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

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



H. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Usaha *advertising* merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yang dapat memproduksi berbagai macam produk jasa seperti plakat, piala, piagam, sertifikat, baliho, stempel, banner, spanduk, id card, name tag, merk, fiber glass dan sebagainya. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi usaha *advertising* ini semakin berkembang, di mana dulunya usaha ini dilakukan oleh pengusaha dengan cara serba manual seperti dalam merancang *advertising*. Akan tetapi sekarang dalam kegiatan usaha *advertising* sudah menggunakan alat elektronik seperti komputer untuk mendesain model produk yang diinginkan dan banyak lagi alat bantu modern yang digunakan dalam mempermudah dalam memproduksi *advertising*.

Usaha *advertising* di Jalan Pangeran Hidayat merupakan sebuah usaha yang diminati oleh banyak lembaga dan masyarakat setempat. Kalau kita amati sepanjang jalan itu dipenuhi oleh usaha *advertising*. Usaha ini berawal pada tahun 1982 yang dipelopori oleh H. Ibrahim dan keluarga. Sebelum memulai usaha ini beliau adalah seorang pengangguran yang kemudian beliau mendapat bantuan pendidikan *advertising* di Jakarta yang dibiayai oleh Disperindag Provinsi Riau. Setelah menjalani pendidikan di Jakarta, beliau menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama pendidikan dengan membuka usaha *advertising* yang bertempat di Jalan Pangeran Hidayat Kota Pekanbaru.

Usaha *advertising* yang dijalannya diberi nama “Ferry Reklame” diambil dari anak ke-2 beliau yang bernama Ferry. Pada saat itu beliau memperkerjakan 4 orang pekerja dan dibantu oleh istrinya Hj. Sariani. Dalam

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.

Asahanya ini, beliau menghasilkan sejumlah *advertising* yang biasanya dibutuhkan oleh masyarakat, perusahaan dan perkantoran. Hasil karyanya banyak diminati oleh perusahaan-perusahaan yang besar seperti Chevron, Indah Kiat, dan lain sebagainya.⁵⁵

Setelah beberapa tahun berjalan sekitar tahun 1999 usaha ini sudah bisa dikatakan sukses dan berkembang, dimana pekerja yang awalnya bekerja dengan H. Ibrahim membuka usaha sendiri seperti yang telah dilakoni oleh Adrial yang membuka usaha *advertising* sendiri (Metro Reklame) tahun 1999, begitu juga dengan Anto pernah bekerja dengan H. Ibrahim kemudian membuka usaha sendiri (Borneo Reklame) tahun 1999, Asyono merupakan menantunya juga membuka usaha ini (Ion Reklame) tahun 2000 dan masih banyak yang lainnya, sehingga pada saat ini usaha *advertising* berkembang pesat dan saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan.⁵⁶

Pada saat ini anak H. Ibrahim juga telah membuka usaha *advertising* di tempat lain. Saat ini anak-anak beliau juga sudah membuka usaha yang sama seperti Ferry telah membuka usaha di Perawang Kabupaten Siak, Aldo juga membuka usaha *advertising* dengan nama “Alif Reklame”, sedangkan Ferry Reklame yang saya rintis dulu dikelola anak saya yang ke-7 yang bernama Said.⁵⁷ Banyaknya pengusaha baru yang buka usaha *advertising* ini diduga mulai sejak tahun 2000an karena sebelum itu usaha plakat ini tidak sebanyak

⁵⁵ Ibu Yani, (Pengusaha Plakat di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 Juni 2023.

⁵⁶ Ibnu, (Pengusaha Plakat di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 Juni 2023.

⁵⁷ H. Ibrahim, (Pengusaha Plakat di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 Juni 2023.

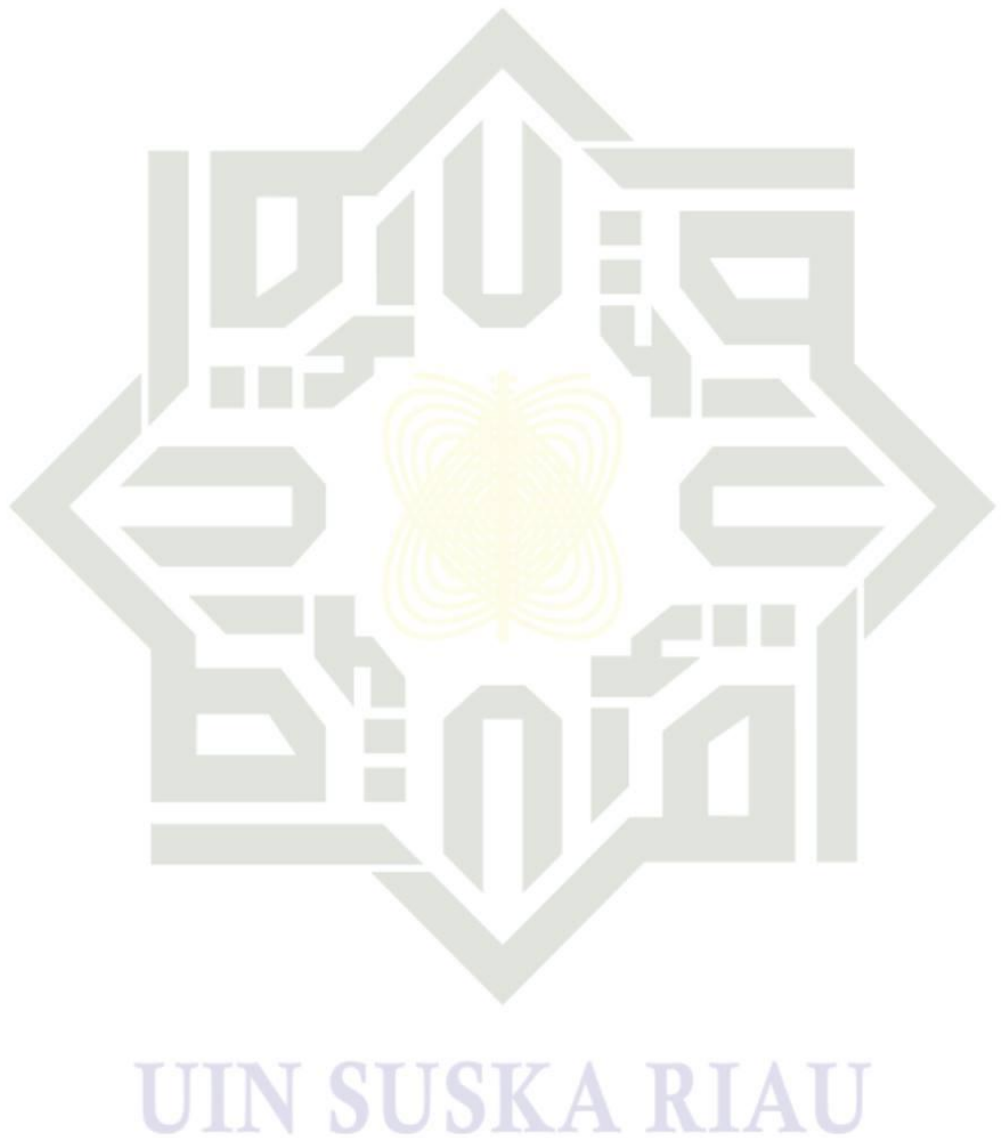
sekarang, apalagi sekarang usaha ini ditunjang oleh alat elektronik seperti komputer yang mana dapat mempermudah kegiatan dalam usaha ini.⁵⁸

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



⁵⁸ Budi, (Pengusaha Plakat di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 14 Juni 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.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Ha1 diterima yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha. Hal ini berdasarkan uji parsial (uji t) yang diperoleh nilai terhitung sebesar $2,550 > t$ tabel 2,048.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Ha0 diterima yang menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap persaingan usaha. Hal ini berdasarkan uji parsial (uji t) yang diperoleh nilai terhitung sebesar $-0,664 < t$ tabel 2,0484.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Ha3 diterima yang menyatakan harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha. Hal ini berdasarkan uji simultan (uji f) yang diperoleh nilai terhitung sebesar $4,483 > f$ tabel 4,210.
4. Tinjauan ekonomi syariah tentang persaingan usaha *advertising* di jalan Pangeran Hidayat kecamatan Pekanbaru Kota belum sesuai Ekonomi Islam, karena terdapat praktek persaingan usaha yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Dalam Islam persaingan yang diperbolehkan adalah persaingan secara positif yang tidak menghalalkan segala cara hanya untuk sekedar memenangkan persaingan.

B. Saran

Hasil indikator yang berpengaruh paling kuat terdapat pada indikator harga produk sesuai dengan keunggulan. Sedangkan hasil indikator yang berpengaruh paling lemah terdapat pada indikator harga sesuai dengan kondisi pasar. Kepada pemilik toko seharusnya lebih mempertahankan indikator yang kuat dan meningkatkan indikator yang lemah.

Hasil indikator yang berpengaruh paling kuat terdapat pada indikator kualitas produk sesuai dengan keandalan penggunaan sehari-hari. Sedangkan hasil indikator yang berpengaruh paling lemah terdapat pada indikator kualitas produk sesuai dengan spesifikasi. Kepada pemilik toko seharusnya lebih mempertahankan indikator yang kuat dan meningkatkan indikator yang lemah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Al-Qur'an Kementerian Agama RI. *Alqur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

B. Buku

Ahmad. *Manajemen Strategis*, Makassar: Nas Media Pustaka, 2020.

Ahmad, Rumadi. *Fikih Persaingan Usah*, Jakarta: Lakpesdam Pbnu, 2019.

Daga, Rosnaini. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, Makasar: Global Research And Consulting Institute, 2017.

Fakhrudin, Arif. et., al. *Bauran Pemasaran*, Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2022.

Fawzi Haque, Marissa Grace. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.

Ferine, Kiki Farida. *Pelayanan SDM*, Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022.

Firmansyah, Anang. *Pemasaran Dasar dan Konsep*, Surabaya: Qiara Media, 2019.

Huda, Nurul. et. al., *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Depok : Kencana, 2017.

Ibnu Him, Duski. *Al-Qawa'id Al-fiqhiyah (Kaidah-kaidah Fiqih)*, Palembang: CV Noer Fikri, 2019.

Ibnu Qayyim al-Jauziyyah, Syamsuddin. *Fawaidul Fawaid*, Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2012.

Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.

Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Meryanto, *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, Dan Fungsi KPPU Komisi Pengawasan Persaingan Usaha*, Semarang: UNISSULA PRESS, 2017.

Nanggolan, Lora Ekana. *Ekonomi Manajerrial Teori dan Pendekatan*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Naitupulu, Sabar. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-teori Para Ahli*, Jakarta: Atalya Rileni Sudeco, 2021.

- 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

- Nashiruddin, Muhammad. *Shahih Sunan Ibnu Majah*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*, Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.
- Ritonga, Zuriani. *Buku Ajar manajemen strategi: Teori dan Aplikasi*, Sleman: Deepublish, 2020.
- Satriadi. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Samudera Biru, 2021.
- Supriadi, Edi. *Analisi Pengendalian Kualitas Produk dengan Statistical process control (SPC)*, Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Suparweni, V. Wiratna. *Akuntansi Biaya: Teori & Penerapannya*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Syafri, Wirman. Alwi. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Public*, Jatinangor: Ipdn Press, 2014.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Wijaya, Hengki. *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018.
- Zainal, Veithzal Rivai. et., al. *Islamic Business Management: Praktik Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*, Jawa Timur: BPFE UGM, 2014.
- Zainal, Veithzal Rivai. et., al. *Islamic Marketing Manajemen, Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

C. Jurnal

- Dwisakti Vebrian. et., al. “Analisis strategi harga dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha sayuran hidroponik di kabupaten Ponorogo”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, Volume 8., No. 3., (2023). <https://ojs.untika.ac.id/index.php/jimfp/article/view/517>
- Ramadhan, Isfan Fajar. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Diferensiasi Produk, Citra Perusahaan terhadap Keunggulan Besaing pada Supermarket Ana Swalayan Kemantran Kabupaten Tega”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Volume 1., No. 2., (2023). <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/243>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Taan, Hapsawati. "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo". *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Volume 6., No. 2., (2017).

<https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk/article/view/92>

D. Skripsi

Aprianti, Dwi. *Analisis Dampak Persaingan Terhadap Pendapatan Pedagang Pada Usaha Perabotan Rumah Tangga Dipasar Gerung Lombok Barat*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram, 2021.

Fajar, Rahmat. *Persaingan Usaha Plakat di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru di Tinjau menurut Ekonomi Syariah*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.

Megawati. *Persaingan Harga Dipasar Teppo Kab. Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parapare, 2020.

Saputra, Ridho. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru*, Skripsi: Universitas Islam Riau, 2020.

Stefhani, Putri Wita. *Persaingan Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasua Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kec. Batanghari Kb. Lampung Timur)*, Skripsi: IAIN Metro, 2019.

E. Website

Gramedia blog, *Advertising: Pengertian, Jenis, Fungsi, Manfaat, dan Tipsnya*. Artikel diakses pada 2 Februari 2023 dari <https://www.gramedia.com/literasi/advertising-adalah/>.

Samaruddin, *Persaingan Usaha*. Artikel diakses pada tanggal 09 Februari 2023 dari <https://www.researchgate.net/publication/359367718>.

Wikipedia, *Pasar Persaingan Sempurna*, artikel Di akses pada 5 juni 2024 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_persaingan_sempurna.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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.

LAMPIRAN

KUESIONER

**Kepada Yth,
Bapak/Ibu
Di Tempat-**

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, peneliti memiliki kewajiban untuk melakukan penelitian. Sehubungan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan, maka peneliti memohon kesediaan dari bapak/ibu untuk menjadi responden pada penelitian yang penulis lakukan ini dengan memberikan jawaban kuesioner pada kolom yang telah disediakan. Kuesioner ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk pada persaingan usaha advertising di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru.

Jawaban dari kuesioner ini akan peneliti gunakan hanya untuk keperluan penyusunan skripsi yang berjudul “ *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap persaingan usaha advertising di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menurut perspektif Ekonomi Islam*” sebagaimana penelitian ini diharapkan kepada responden untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya. Selain itu jawaban yang bapak/ibu responden berikan, peneliti menjamin kerahasiaannya dan tidak membawa konsekuensi yang merugikan apapun.

Atas perhatian dan kerjasamanya dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Pekanbaru, Januari 2024

Hormat saya,

Syofyan Ali Lubis



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.

A. Identitas Responden

1. Nama Pemilik :
2. Nama Toko :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
4. Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA/SMK S1
5. Tahun berdirinya Toko :

B. Petunjuk Pengisian

Mohon bantuan Bapak/Ibu/ untuk mengisi atau menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan memberi tanda *checklist* (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan Jawaban :

1. Tidak Setuju (TS)
2. Kurang Setuju (KS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Variabel Harga

No	Uraian Pernyataan	Nilai				
		TS	KS	N	S	SS
1	Harga produk yang toko saya tawarkan sesuai dengan kondisi pasar saat ini					
2	Harga produk yang toko saya tawarkan mampu bersaing dengan kompetitor					
3	Saya merasa perubahan harga dapat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen					
4	Harga produk yang toko saya tawarkan sesuai dengan ciri khas atau keunggulan produk tersebut					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Label Kualitas Produk

NO	Uraian Pernyataan	Nilai				
		TS	KS	N	S	SS
1	Produk dari toko saya mampu bertahan lama dengan berbagai kondisi					
2	Produk dari toko saya memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3	Produk dari toko saya memiliki desain yang terlihat unik dan menarik					
4	Produk dari toko saya dapat diandalkan dalam penggunaan sehari-hari					
5	Produk dari toko saya memiliki kualitas yang dapat dipercaya					

Variabel Persaingan Usaha

NO.	Uraian Pernyataan	Nilai				
		TS	KS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa komitmen terhadap visi misi dapat menciptakan persaingan yang positif					
2	Saya percaya peningkatan laba dianggap sebagai indikator keberhasilan dalam persaingan usaha					
3	Saya percaya peningkatan produktivitas dianggap sebagai faktor penting dalam menjaga daya saing					
4	Saya percaya bahwa daya saing toko melibatkan strategi pemasaran yang efektif					
5	Saya merasa telah menerapkan etika bisnis dalam persaingan usaha					
6	Saya percaya bahwa citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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.

Tabulasi Data Variabel Harga (X1)

KETERANGAN	HARGA (X1)				TOTAL X1
	P1.1	P1.2	P1.3	P1.4	
R1	4	2	5	3	14
R2	5	4	4	5	18
R3	3	4	4	4	15
R4	3	4	3	4	14
R5	4	4	4	4	16
R6	4	5	5	5	19
R7	5	4	5	4	18
R8	3	3	4	4	14
R9	5	5	3	5	18
R10	5	5	5	5	20
R11	5	4	4	5	18
R12	4	4	4	4	16
R13	5	5	4	5	19
R14	4	4	5	5	18
R15	5	5	5	5	20
R16	5	5	5	5	20
R17	5	5	5	5	20
R18	5	5	4	4	18
R19	5	3	5	3	16
R20	4	3	2	3	12
R21	5	5	4	5	19
R22	5	4	4	4	17
R23	4	4	4	4	16
R24	4	4	5	4	17
R25	4	4	5	4	17
R26	4	4	4	5	17
R27	4	5	4	4	17
R28	4	3	5	2	14
R29	5	5	5	5	20
R30	4	4	4	5	17

Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X2)

KETERANGAN	KUALITAS PRODUK (X2)					TOTAL X2
	P1.1	P1.2	P1.3	P1.4	P1.5	
R1	3	5	3	2	5	18
R2	5	4	4	4	5	22
R3	4	4	4	4	4	20
R4	4	4	4	4	5	21
R5	2	4	2	1	5	14



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.

R6	5	5	4	5	5	24
R7	3	4	4	4	5	20
R8	5	5	5	5	3	23
R9	5	5	5	5	5	25
R10	4	4	3	5	4	20
R11	4	5	5	4	4	22
R12	4	5	3	4	4	20
R13	4	5	5	4	5	23
R14	5	4	5	5	4	23
R15	4	4	4	4	4	20
R16	4	5	4	4	5	22
R17	4	5	3	4	4	20
R18	4	5	4	5	4	22
R19	4	5	3	2	5	19
R20	5	5	5	3	4	22
R21	4	5	5	5	4	23
R22	5	5	4	4	5	23
R23	3	5	4	5	5	22
R24	4	5	5	4	4	22
R25	5	4	4	5	5	23
R26	5	4	3	4	4	20
R27	5	5	4	4	5	23
R28	4	4	3	2	5	18
R29	4	5	5	5	5	24
R30	5	5	3	4	4	21

Tabulasi Data Variabel Persaingan Usaha (Y)

KETERANGAN	PERSAINGAN USAHA (Y)						TOTAL Y
	P1.1	P1.2	P1.3	P1.4	P1.5	P1.6	
R1	4	5	5	4	4	5	27
R2	4	5	3	3	3	4	22
R3	4	3	4	3	3	4	21
R4	3	4	4	4	3	5	23
R5	5	5	4	5	5	5	29
R6	5	5	4	4	5	5	28
R7	4	4	5	4	4	5	26
R8	5	4	3	3	3	4	22
R9	5	4	4	4	4	5	26



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.

R10	4	5	5	5	4	5	28
R11	4	4	4	5	4	5	26
R12	4	4	4	4	5	5	26
R13	4	4	5	4	5	5	27
R14	5	4	4	5	4	5	27
R15	4	4	3	5	4	4	24
R16	5	4	4	4	5	5	27
R17	5	4	3	3	5	4	24
R18	5	5	3	4	3	4	24
R19	4	4	4	4	4	5	25
R20	3	3	3	3	3	4	19
R21	4	4	4	5	5	4	26
R22	4	4	4	4	5	4	25
R23	4	4	5	4	5	5	27
R24	5	4	4	5	4	4	26
R25	4	4	5	5	4	5	27
R26	4	5	4	3	3	5	24
R27	4	5	3	4	3	5	24
R28	4	4	5	3	4	5	25
R29	5	4	4	5	3	4	25
R30	5	5	4	4	5	5	28

Correlations						
		P1.1	P1.2	P1.3	P1.4	Total_X1
P1.1	Pearson Correlation	1	.467**	.255	.370*	.715**
	Sig. (2-tailed)		.009	.175	.044	.000
	N	30	30	30	30	30



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.

P1.2	Pearson Correlation	.467**	1	.087	.740**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.009		.647	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P1.3	Pearson Correlation	.255	.087	1	.075	.493**
	Sig. (2-tailed)	.175	.647		.693	.006
	N	30	30	30	30	30
P1.4	Pearson Correlation	.370*	.740**	.075	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.044	.000	.693		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.715**	.825**	.493**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	4

Correlations							
		P2.1	P2.2	P2.3	P2.4	P2.5	Total_X2
P2.1	Pearson Correlation	1	.111	.384*	.474**	.025**	.652**
	Sig. (2-tailed)		.560	.036	.008	.896	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
P2.2	Pearson Correlation	.111	1	.301	.134	.074	.403*
	Sig. (2-tailed)	.560		.106	.480	.747	.027
	N	30	30	30	30	30	30

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.

P2.3	Pearson Correlation	.384*	.301	1	.579**	.191	.801**
	Sig. (2-tailed)	.036	.106		<,001	.311	<,001
	N	30	30	30	30	30	30
P2.4	Pearson Correlation	.474**	.134	.579**	1	.135	.814**
	Sig. (2-tailed)	.008	.480	<,001		.1476	<,001
	N	30	30	30	30	30	30
P2.5	Pearson Correlation	.025	.074	.191	.135	1	.428
	Sig. (2-tailed)	.896	.697	.311	.476		.018
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X 2	Pearson Correlation	.652**	.403*	.801**	.814**	.428*	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	.027	<,001	<,001	.018	
	N	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.636	5

Correlations								
		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	Total_Y
P.1	Pearson Correlation	1	.295	-.167	.188	.265	-.083	.423*
	Sig. (2-tailed)		.113	.379	.320	.157	.664	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.2	Pearson Correlation	.295	1	.000	.126	.058	.318	.457*
	Sig. (2-tailed)	.113		1.000	.508	.763	.087	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.3	Pearson Correlation	-.167	.000	1	.268	.368*	.608**	.611**



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.

	Sig. (2-tailed)	.379	1.000		.152	.045	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.4	Pearson Correlation	.188	.126	.268	1	.284	.165	.625**
	Sig. (2-tailed)	.320	.508	.152		.128	.384	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.5	Pearson Correlation	.265	.058	.368*	.284	1	.293	.708**
	Sig. (2-tailed)	.157	.763	.045	.128		.116	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.6	Pearson Correlation	-.083	.318	.608**	.165	.293	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.664	.087	.000	.384	.116		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.423*	.457*	.611**	.625**	.708**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.020	.011	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.596	6

Dokumentasi



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



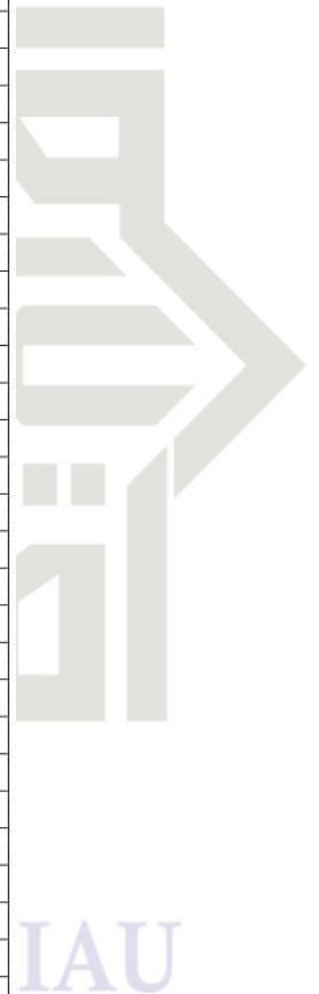
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Nilai rtabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89



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
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Persaingan Usaha *Advertaising* di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : Syofyan Ali Lubis
 NIM : 11920511196
 Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 13 Mei 2024

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Sekretaris
Nuryanti, S.E.I, ME.Sy

Penguji I
Dr. Drs. H. Muh. Said HM, MA, MM

Penguji II
Dr. Rustam, SE, ME.Sy

Wakil Dekan I
 Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H. Akmal Abdul Munir, LC., MA
 NIP. 19711006 200212 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

Un.04/F.I/PP.00.9/263/2024

Pekanbaru, 11 Januari 2024

Biasa
 (Satu) Proposal
Mohon Izin Riset

Kepada Yth.
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Provinsi Riau

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

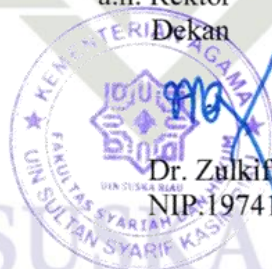
Nama : SYOFYAN ALI LUBIS
 NIM : 11920511196
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1
 Semester : X (Sepuluh)
 Lokasi : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
 :Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Persaingan Usaha Advertising di Jalan
 Pangeran Hidayat Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Islam

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

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
 Dekan



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

embusan
 Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH KOTA PEKANBARU BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

GEDUNG LIMAS KAJANG LANTAI III KOMP. PERKANTORAN PEMKO. PEKANBARU
JL. ABDUL RAHMAN HAMID KOTA PEKANBARU



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : BL.04.00/Kesbangpol/1637/2024



1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.
 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.
 4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
 5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.
- Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/61916 tanggal 15 Januari 2024, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

MEMBERITAHUKAN BAHWA :

Nama : SYOFYAN ALI LUBIS
 NIM : 11920511196
 Fakultas : SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH
 Jenjang : S1
 Alamat : JL. SULTAN SYARIF QASIM PERUMAHAN BELUTU PERMAI BLOK KEL. SIMPANG BELUTU KEC. KANDIS-SIAK
 Judul Penelitian : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERSAINGAN USAHA ADVERTISING DI JALAN PANGERAN HIDAYAT PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
 Lokasi Penelitian : DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

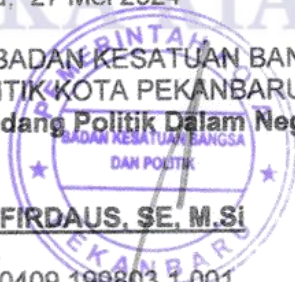
1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/ Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan.
3. Bertakwaan sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan photo copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 27 Mei 2024

a.n. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA
DAN POLITIK KOTA PEKANBARU
Kepala Bidang Politik Dalam Negeri

TENGGU FIRDAUS, SE, M.Si
PEMBINA
NIP. 19760409 199803 1 001



Tembusan

1. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau di Pekanbaru.
2. Yang Bersangkutan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
 Dasar
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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

UIN Suska Riau University of Sultan Syarif Kasim Riau



PEMERINTAH KOTA PEKANBARU

DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN

Jl. Abdul Rahman Hamid, Gedung B5 Lantai 3, Kec. Tenayan Raya
Komplek Perkantoran Tenayan Raya
PEKANBARU - 28289

SURAT KETERANGAN

Nomor : B.Pn.01/DPP-1.1/408/2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Pekanbaru, sesuai dengan Surat
Kecamatan dari Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Nomor :
B.00.00/Kesbangpol/1637/2024 tanggal 2 Februari 2024, dengan ini menyatakan bahwa :

- Nama : SYOFYAN ALI LUBIS
Nim : 11920511196
Fakultas : Syariah Dan Hukum UIN Suska Riau
Program Studi : S.1 Ekonomi Syariah

Mahasiswa yang tersebut diatas benar telah melaksanakan Penelitian atau Riset pada
Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Pekanbaru dengan judul " PENGARUH
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERSAINGAN USAHA
ADVERTISING DI JALAN PANGERAN HIDAYAT PEKANBARU MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM" pada bulan Mei 2024.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dapat di pergunakan sebagaimana
mestinya.

Dikeluarkan : di Pekanbaru
Pada Tanggal : 31 Mei 2024

a.n Kepala Dinas Perdagangan dan
Perindustrian Kota Pekanbaru



Penata / III.c
NIP. 19950318 201708 1 002

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