

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Daud Bin Ash'as, *Sunan Abu Daud*, (Libanon : DAR al-FIKR, 1994)
- Adiwarma Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), edisi ke-3.
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Garafindo, 2007), edisi ke-1
- Antari Setiawati, *Studi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Bangunan Bangun Rejeki Semarang)*, Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro, 2010)
- Basu Swastha dan Ibnu Sukojo, *Pemasaran Bisnis Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 2000), edisi Ketiga.
- Boone & Kurtz, *Pengantar Bisnis*, Alih Bahasa oleh Emil Salim (Jakarta : Erlangga, 2002), Jilid 2.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : ALFABETA, 2005) edisi revisi, cet. Ke-7.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, (Jakarta : PT. Karya Toha Putra Semarang)
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta : ANDI, 2005), edisi pertama, cet. Ke-2
- *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset), Edisi Ketiga
- Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Islami*, (Yogyakarta : EKONISIA, 2003), edisi pertama, cet. Ke-1.
- Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam : Suatu Pengantar*, (Yogyakarta : EKONISIA, 2004), edisi pertama, cet. Ke-3.
- [Http://Repository.Usu.Ac.Id/Bitsteam/123456789/13794/1/09e02408.Pdf](http://Repository.Usu.Ac.Id/Bitsteam/123456789/13794/1/09e02408.Pdf),  
diunduh pada tanggal 02 Mei 2014
- Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *Pengantar Statistika*, ( Yogyakarta: Bumi Aksara, 2011), Ed. Ke-2
- Irsad. Z, *AnalisisMarketing Mix (Product, Price, Promotion, Dan Place Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanngan Pengguna Opertor Esia (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Timur)*, (Jakarta: Skripsi, 2010)

- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : BPFE, 2008), edisi kedua, cet. Ke-6
- Iskandar Putong, *Pengantar Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Ghalia Indonesia, 2003), Edisi Ke-2
- Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Prenada Media, 2003), edisi pertama, cet. ke-1
- Mahmud Machfoedz, *Komunikasi Pemasaran*, (Yogyakarta : Cakra Ilmu, 2010), edisi pertama cet. Ke-1
- Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, (Yogyakarta : Great Publisher, 2010), Cetakan 1
- Muhammad Firdaus, *Manajemen Agribisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), edisi 1, cet. Ke-1
- Marius. P Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Grafindo P. Angipora), Edisi Revisi, Cet. 2
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), cet. Ke-1
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah : Dari Teori Ke Praktik*, (Jak Gema Insani, 2001), cet. Ke-1
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : CV. Yrama Widya, 2012), cet. Ke-2
- Philip Kotler, *Marketing*, Alih Bahasa Oleh Heru Jati Purwoto, (Jakarta : Erlangga, 1984), Jilid Ke-1
- Rheta Nurwidjah, *Perbedaan Penetapan Harga Terhadap Produk Murabahah pada Objek yang Sama di PT. Bank Syari'ah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam*, (Pekanbaru: Skripsi, 2012)
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), edisi ke-3
- Siswanto Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Damar Mulia Pustaka, 2009), Edisi Kedua.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)

Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006)

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen:Teori dan Penarapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia)

Vidya Hahesty Purbarani, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, (Semarang: Skripsi, 2013)

## **OUTLINE**

### **ABSTRAK**

### **KATA PENGANTAR**

### **DAFTAR ISI**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Batasan Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM RIFA SWALAYAN PEKANBARU**

- A. Sejarah Berdirinya Rifa Swalayan Pekanbaru
- B. Visi dan Misi
- C. Struktur Organisasi

#### **BAB III : TEORI HARGA DAN LOYALITAS**

- A. Tinjauan Teoritis
  - 1. Teori Pemasaran Dan Penetapan Harga
  - 2. Teori Permintaan Konsumen
  - 3. Teori Harga Dalam Pandangan Islam
  - 4. Loyalitas Konsumen Dalam Pandangan Islam
- B. Kerangka Berfikir
- C. Hipotesis

#### **BAB IV :**

- A. Analisis Deskriptif
- B. Analisa data
- C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Kosumen

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan

B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

LAMPIRAN : I

NO :

**KUESIONER**  
**PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP**  
**LOYALITAS KONSUMEN DI RIFA SWALAYAN GARUDA SAKTI**  
**PANAM MENURUT EKONOMI ISLAM**

Kuesioener ini disusun dan disebarakan dalam rangka penyusunan skripsi pada Jurusan Ekonomi Islam UIN Sultan Syarif Kasim Riau. untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap penetapan harga terhadap loyalitas konsumen di Rifa Swalayan Pekanbaru. Saya mengharapkan kesediaan Anda sebagai konsumen untuk memberikan tanggapan atas pertanyaan kuesioner ini dengan tepat, karena kuesioner ini *hanya digunakan untuk keperluan penelitian ilmiah*. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Novi Kardianti Nst

---

**A. Identitas Responden**

Nama :

Jenis kelamin :

Pekerjaan :

**B. Petunjuk Pengisian**

Tandailah ( ) setiap pernyataan yang ada sesuai dengan kolom jawaban yang tersedia menurut Anda yang paling tepat.

### Variabel Loyalitas

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya sering berbelanja di swalayan rifa				
2	Saya senang berbelanja di swalayan rifa				
3	Saya juga menganjurkan orang lain berbelanja di swalayan rifa				
4	Saya pernah kecewa berbelanja di swalayan rifa.				
5	Saya puas berbelanja di swalayan rifa				
6	Saya selalu mendahulukan belanja di swalayan Rifa dibandingkan tempat-tempat lain				

### Variabel Harga

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Menurut saya harga barang di swalayan ini sesuai dengan keinginan.				
2	Saya merasa bahwa harga yang ada pada Rifa swalayan mahal				
3	Harga barang di Rifa swalayan jelas sesuai dengan merek produknya				
4	Saya suka belanja karena banyak discount barang				
5	Harga yang tercantum di barang kadang tidak sesuai dengan yang saya bayar di kasir.				
6	Harga pada swalayan Rifa terjangkau oleh konsumennya				

LAMPIRAN 2. TABULASI DATA

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	46
2	3	2	3	2	2	3	4	3	3	1	3	1	30
3	3	2	3	1	2	3	3	3	2	2	3	1	28
4	3	2	3	1	2	3	3	3	2	2	3	2	29
5	3	2	3	2	1	3	3	3	2	3	3	2	30
6	4	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	35
7	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	42
8	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	42
9	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	27
10	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	31
11	1	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	32
12	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	30
13	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	33
14	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3	3	3	34
15	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	30
16	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	31
17	3	1	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	31
18	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	33
19	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	32
20	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	33
21	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	31
22	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	33
23	3	2	4	3	2	4	3	4	4	3	4	2	38
24	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
25	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	33
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	25
27	4	2	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	34
28	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	22
29	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	27
30	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	27
31	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	31
32	2	3	2	2	2	3	4	3	4	3	3	2	33
33	2	4	2	2	2	3	4	3	4	3	2	2	33
34	4	1	3	3	2	3	4	3	2	1	4	2	32
35	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	32
36	3	3	2	2	2	3	4	2	3	3	3	2	32
37	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	32
38	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	35
39	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	2	33
40	3	3	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	33
41	4	3	3	4	2	2	3	2	3	2	3	2	33
42	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	33
43	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	33
44	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	34
45	3	3	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	33
46	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	34
47	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	32
48	4	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	2	33
49	4	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	32
50	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3	2	33



51	4	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	2	34
52	4	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	34
53	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	1	30
54	4	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	29
55	3	3	4	2	1	3	4	3	2	3	2	3	33
56	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	31
57	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	35
58	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	34
59	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	35
60	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	36
61	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	4	33
62	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	35
63	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3	2	4	37
64	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	31
65	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	4	34
66	3	3	2	2	2	3	4	2	2	3	2	3	31
67	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2	3	2	32
68	4	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2	1	32
69	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	3	4	35
70	4	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	3	36
71	4	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	33
72	4	3	2	2	3	2	4	2	3	2	2	3	32
73	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	33
74	4	3	4	4	3	2	4	3	3	2	3	2	37
75	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	3	2	32
76	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	31
77	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	31
78	4	3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	1	33
79	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	33
80	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	35
81	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	2	2	31
82	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	31
83	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	2	33
84	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	33
85	2	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	2	33
86	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	31
87	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	36
88	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	4	35
89	4	3	2	3	3	2	4	2	3	3	2	4	35
90	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	35
91	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	35
92	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	33
93	3	2	3	3	3	2	4	3	2	4	3	2	34
94	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	35
95	3	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	34
96	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	36
97	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	34
98	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	36

LAMPIRAN : 3

## HASIL UJI RELIABILITAS

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	7

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	7

LAMPIRAN : 4

**HASIL UJI NORMALITAS**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Loyalitas	Harga
N		98	108
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	14.12	11.08
	Std. Deviation	1.670	1.523
Most Extreme Differences	Absolute	.228	.179
	Positive	.228	.179
	Negative	-.165	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		2.259	1.863
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.002

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN : 5

**HASIL REGRESI LINEAR SEDERHANA**

**Regression**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 <sup>a</sup>	.271	.264	1.433

a. Predictors: (Constant), Harga

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73.411	1	73.411	35.752	.000 <sup>a</sup>
	Residual	197.120	96	2.053		
	Total	270.531	97			

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Loyalitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.994	1.035		7.724	.000
	Harga	.555	.093	.521	5.979	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

LAMPIRAN : 6

**HASIL UJI KORELASI**

**Correlations**

		Correlations	
		Loyalitas	Harga
Loyalitas	Pearson Correlation	1	.521**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	98	98
Harga	Pearson Correlation	.521**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	98	108

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

## LAMPIRAN : 7

## UJI VALIDITAS

<b>Variabel</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keputusan</b>
Harga (X)	H1	0,389	0,374	Valid
	H2	0,289	0,374	Tidak Valid
	H3	0,515	0,374	Valid
	H4	0,643	0,374	Valid
	H5	0,302	0,374	Tidak Valid
	H6	0,489	0,374	Valid
Loyalitas (Y)	L1	0,551	0,374	Valid
	L2	0,705	0,374	Valid
	L3	0,876	0,374	Valid
	L4	0,156	0,374	Tidak Valid
	L5	0,564	0,374	Valid
	L6	0,482	0,374	Valid

LAMPIRAN : 8

### UJI HETEROSKEDASITAS

