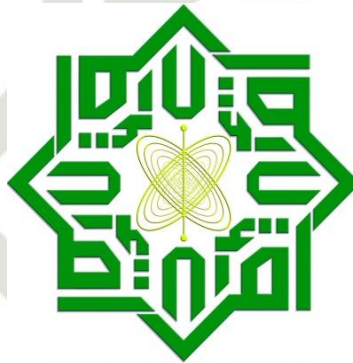




**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET
TELKOMSEL PADA MASYARAKAT
KOTA PEKANBARU MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI
SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

AI SYAH FADILLA

11720525018

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI S1

PRODI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1445 H/2024 M

© 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 mengutip sumber dan menyebutkan sumber:

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

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



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET TELKOMSEL PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh :

Nama : Aisyah Fadilla
NIM : 11720525018
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 07 Mei 2024

Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi

Darnilawati, SE, M.Si

NIP. 19904202007102006

Pembimbing Metodologi

Dr. Hj. Hertina, M.Pd

NIP. 196806291994022002

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET TELKOMSEL PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

NAMA : AISYAH FADILLA
 NIM : 11720525018
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Telah di *munaqasyahkan* pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 06 Juni 2024
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 02 JULI 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. H. Akmai Abdul Munir, Lc., M.A

Sekretaris
Desi Devrika Devra, S.HI., M.Si

Penguji I
Dr. Rozi Andrini. SE. Sy., M.E

Penguji II
Bambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag
 NIP. 197410061005011005



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Aisyah Fadilla
 NIM : 11720525018
 Tempat/ Tgl. Lahir : Pekanbaru, 13 Januari 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET TELKOMSEL PADA
 MASYARAKAT KOTA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF
 EKONOMI SYARIAH**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

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

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

Pekanbaru, 07 Mei 2024,
 Yang membuat pernyataan

AISYAH FADILLA
NIM : 11720525018

- pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



ABSTRAK

Aisyah Fadilla, (2024) : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel Pada Masyarakat Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Keputusan pembelian dapat tercipta dengan kualitas baik, maka dari itu setiap produk dan jasa yang berkualitaslah yang dicari konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Unsur utama di dalam penciptaan suatu kualitas produk adalah bagaimana konsumen mendefinisikan kualitas produk itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah yang menyebabkan masyarakat Kota Pekanbaru memutuskan untuk membeli kartu *internet* Telkomsel sebagai provider *internet* terpercaya melalui aspek kualitas produk dan aspek harga kartu *internet* Telkomsel.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemberian kusioner dari penulis kepada anggota sampel. Dalam analisis data, metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu metode perhitungan dengan menggunakan data yang diperoleh dan ditabulasikan.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel. Dilihat dari hasil uji t, pada pengujian Hipotesis Pertama (H1) diketahui nilai Sig untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,015 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,490 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas produk (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Pada pengujian Hipotesis Kedua (H2) diketahui nilai Sig untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,821 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan harga (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Pandangan ekonomi syariah terhadap keputusan pembelian yaitu dalam menentukan keputusan pembelian kartu internet Telkomsel dalam ekonomi Islam itu produk yang dijual sudah memperhatikan kualitas yang baik dan harga yang sesuai, sebagaimana dalam ekonomi Islam untuk memperhatikan kualitas produk yang baik dan harga terhadap suatu produk yang dijual kepada konsumen agar mendapatkan manfaat dari produk yang dibelinya. Dimana Telkomsel telah memberikan kualitas produk yang terbaik dengan memberikan akses internet yang sangat membantu konsumen untuk mengakses internet di jangkauan daerah manapun, dan harga yang diberikan sudah bersaing dengan para *competitor* yang lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Segala puji dan puja Alhamdulillah bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan karunianya kepada kita semua sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Sholawat dan salam atas junjungan alam, buahhati Aminah, Habibullah, kekasih Allah yakni Nabi Muhammad SAW, dengan berlapaskan *Allahumma Sholli 'Ala Saiyyidina Muhammad Wa 'Ala AliSaiyyidina Muhammad* mudah-mudahan dengan seringnya bersholawat kita termasuk umatnya yang mendapat syafaat beliau di akhirat kelak. Amiin. Skripsi ini berjudul **"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET TELKOMSEL PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"**. Skripsi ini hasil karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) oleh setiap mahasiswa strata satu (S1) Di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, kalau terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun kalau dalam skripsi ini terdapat kesalahan itu datang dari penulis sendiri. Hal ini tidak lain karena keterbatasan kemampuan,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

can berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan di kemudian hari. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga selesainya skripsi ini yaitu kepada:

1. Ayahanda Afrizal Latief dan Ibunda Dahlia, yang senantiasa mendoakan, memberi motivasi, dan mengharapkan keberhasilan serta memberikan dukungan penuh baik moril maupun materil.
2. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Prof. Dr. Khairunas Rajab, M.Ag beserta wakil rektor I, II, dan III serta civitas akademis Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag beserta wakil dekan I, wakil dekan II dan wakil dekan III.
4. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag dan Sekretaris Jurusan Bapak Syamsurizal, S.E., M.Sc.Ak
5. Dosen Pembimbing 1 Darnilawati, SE, M.Si, dan Pembimbing 2 Dr. Hj. Hertina, M.Pd yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan pada penyusunan skripsi ini.
6. Penasehat Akademis Bapak Syamsurizal, SE, M.Si yang selalu membimbing dan memberikan solusi ketika penulis mengalami masalah selama perkuliahan.
7. Segenap keluarga penulis yaitu abang-abang dan kakak-kakak tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi serta bantuan moril maupun



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak / Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis selama perkuliahan di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak dan Ibu selaku Staff dan Pegawai di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah “F” yang menjadi teman belajar dan teman berjuang selama perkuliahan demi kesuksesan bersama.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis selama dalaam penyusunan skripsi ini.

Doa dan harapan penulis, semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, serta diberikan kebaikan yang berlimpah baik di dunia maupun di akhirat. Penulis mengharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun dan memperbaiki skripsi ini kedepannya. Atas kritik dan sarannya penulis ucapkan terima kasi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pekanbaru, 3 Mei 2024

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

Aisyah Fadilla

NIM. 11720525018



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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	12
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan dan Manfaat	13
E. Sistematika Penulisan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Kerangka Teoritis	16
1. Kualitas Produk	16
a. Pengertian Kualitas Produk	16
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	17
c. Indikator Kualitas Produk	21
d. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam	22
2. Harga	24
a. Pengertian Harga	24
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	25
c. Indikator Harga	26
d. Harga Menurut Pandangan Islam	27
3. Keputusan Pembelian	29
a. Pengertian Keputusan Pembelian	29
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
c. Indikator Keputusan Pembelian	30
d. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam	31
B. Penelitian Terdahulu	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

C. Subjek dan Objek Penelitian	39
D. Populasi dan Sampel	39
E. Sumber Data	41
a. Data Primer	41
b. Data Sekunder	41
F. Teknik Pengumpulan Data	42
G. Metode Analisis Data	42
1. Kualitas Data	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	44
2. Uji Asumsi Klasik	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Multikolinearitas	45
c. Uji Heterokedasitas	46
d. Uji Autokorelasi	46
3. Uji Regresi Linear Berganda	47
4. Uji Parsial (Uji t)	48
5. Uji Simultan F	49
6. Koefisien Determinasi (R^2)	49
H. Definisi Operasional Variabel	50
I. Hipotesis	52
J. Kerangka Berpikir	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel Pada Masyarakat Kota Pekanbaru	54
1. Deskripsi Identifikasi Responden	54
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	54
b. Karakteristik Berdasarkan Usia	55
c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
d. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	57
2. Devinisi Variabel Penelitian	57



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel Pada Masyarakat Kota Pekanbaru	58
b. Kualitas Produk Kartu Internet Telkomsel Pada Masyarakat Kota Pekanbaru	59
c. Harga Kartu Internet Telkomsel Pada Masyarakat Kota Pekanbaru	60
3. Uji Validitas	61
4. Uji Reliabilitas	62
5. Uji Asumsi Klasik	63
a. Uji Normalitas	63
b. Uji Multikolonieritas	64
c. Uji Heterokedasitas	65
d. Uji Autokorelasi	66
6. Uji Statistik	67
a. Regresi Linear Berganda	67
b. Uji Parsial t	68
c. Uji Simultan F	70
d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
7. Pembahasan	72
B. Pandangan Ekonomis Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet	76
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era masyarakat digital di Indonesia salah satunya merujuk pada cepatnya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), khususnya industri telekomunikasi dalam beberapa tahun terakhir ini. Telah terjadi peralihan dari penggunaan telepon tetap kabel menjadi penggunaan telepon selular. Selain itu, dengan semakin meningkatnya perkembangan telekomunikasi di Indonesia, sekarang dikenal dengan istilah “Ekonomi Digital” yang memasuki daerah perkotaan dan perdesaan di Indonesia. Telekomunikasi telah meniadakan batas-batas jarak dan mereduksi perbedaan antara masyarakat di daerah perkotaan dan perdesaan.¹

Perkembangan teknologi telepon selular sekarang ini juga telah membuat pertumbuhan bagi perusahaan-perusahaan jaringan seluler di Indonesia. Semakin banyaknya perusahaan yang ada mengakibatkan tingkat persaingan pada bidang ini semakin ketat. Hal ini menuntut produsen untuk lebih peka terhadap perubahan yang ada, dan untuk mempertahankan perusahaan agar terus dapat bersaing perlu banyak pertimbangan hal baik dari segi kelangsungan hidup, cara mengembangkan perusahaan, memperoleh laba yang optimal, serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan terhadap produk

¹ Gagas Agassi Pangdugi dan Ce Gunawan, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Karu Perdana Indosat Di Kota Sukabumi”, dalam Jurnal Disrupsi Bisnis, Volume 4., No. 3.,(2021), h. 269.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang diciptakan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan.²

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk yang cukup konsumtif di berbagai aspek. Dengan banyaknya penduduk yang dimiliki Indonesia menjadikannya pasar yang cukup potensial bagi berbagai jenis produk. Salah satunya bidang komunikasi. Setiap orang membutuhkan komunikasi dengan orang lain untuk berbagai kepentingan bisnis maupun keluarga. Salah satu media komunikasi yang paling penting saat ini adalah telepon selular atau yang sering disebut sebagai *handphone*.³

Perlahan tapi pasti, di Indonesia mulai banyak tumbuh dan berkembang berbagai macam perusahaan yang bergerak dibidang kartu seluler ini. Lahirnya bermacam-macam kartu seluler atau kartu SIM (*Subricider Identity Module*) mempunyai korelasi yang sangat kuat terhadap perkembangan telepon seluler (*handphone*) dan kebutuhan masyarakat yang selalu ingin *Goingmobile*. Dengan adanya tuntutan seperti itu membuat para perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi berlomba-lomba mengeluarkan SIM (*Subricider Identity Module*) yang berbasis teknologi GSM. GSM (*Global System for Mobile Communication*) adalah

² Farah Nahlia, Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL (Studi Kasus Mahasiswa FISIP UNDIP Semarang)*, (Semarang: UNDIP Semarang,, 2016), h. 1.

³ Muhammad Irfan Ardiansyah, Skripsi : *Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Simpati Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

merupakan sitem teknologi digital yang digunakan dalam komunikasi *mobile* yang sudah lama beroperasi di Indonesia.⁴

Pada perkembangan saat ini banyaknya kita temui jenis operator yang mewarnai jaringan telekomunikasi seluler yang berbasis GSM terutama yang ada di Indonesia yakni Telkomsel, Indosat, PT. Exelcomindo Pratama (XL), Axis, Smartfren, Tri dan lain sebagainya. Masing-masing perusahaan menawarkan berbagai macam produk kartu seluler baik yang bersifat prabayar maupun pascabayar berbagai keunggulan baik fitur dalam kartu sendiri maupun dalam tarif.

Banyaknya kartu GSM yang dipasaran berarti memberikan keluasaan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Sehingga banyak dari konsumen yang sering berganti operator ataupun memiliki beberapa layanan dari beberapa operator tersebut, dengan tujuan agar mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi, mendapatkan tarif yang murah dan layanan yang ditawarkan karena setiap operator tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Bagi para konsumen, apa yang mereka inginkan tentunya selalu ingin dipuaskan terhadap suatu produk atau jasa yang mereka beli dan mereka gunakan. Dengan demikian, setiap perusahaan, harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang

⁴ Irfan Maulana, Skripsi : *Pengaruh KualitaS Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Axis*, (medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), h. 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya.⁵

Menurut James F.Engel, perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk di dalamnya: proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Menurut Kotler, Keputusan pembelian adalah proses yang terjadi pada konsumen ketika konsumen memutuskan membeli, apa yang dibeli, dimana dan bagaimana membelinya. Perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli.

Pengambilan keputusan membeli dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dikelompokkan menjadi dua yaitu berasal dari lingkungan (eksternal) yang terdiri dari budaya, kelas social, demografi, pengaruh kelompok dan keluarga. Sedangkan dari individual (internal) yang terdiri dari persepsi, belajar dari ingatan, gaya hidup, sikap, motivasi dan kepribadian. Sebelum konsumen melakukan proses keputusan pembelian, konsumen akan mencari tahu tentang kualitas produk tersebut, pengalaman kualitas dan bukti kualitas dari perusahaan-perusahaan yang diketahui konsumen untuk dijadikan referensi dalam pengumpulan informasi. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menstimuli keputusan

⁵ Ibid., h. 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

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

pembelian dengan cara meningkatkan atau menawarkan kualitas produk sesuai apa yang di harapkan konsumen.⁶

Harga merupakan suatu nilai yang di buat menjadi patokan nilai suatu barang, Machfodz 2005 mengatakan: penetapan suatu harga dapat dipengaruhi oleh faktor internal yang terdiri dari tujuan perusahaan dalam memasarkan produk, strategi yang dipakai oleh perusahaan dalam memasarkan produk, biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi dan memasarkan produk dan pembiayaan karyawan serta metode yang dipakai perusahaan untuk memasarkan produk dan faktor eksternal yang dapat dilihat dari model pasar yang akan dituju produk, persaingan harga dengan produk lain, serta lingkungan yang akan menjadi sasaran produk tersebut.⁷

Tabel 1.1
Daftar Harga Kuota Internet Dari Masing-masing Provider

Rangking	Produk	Harga	Total Kuota
1	Telkomsel	Rp. 10.000	1,5 Gb
		Rp. 23.000	2 Gb
		Rp. 48.000	6 Gb
		Rp. 78.000	25 Gb
2	Indosat	Rp. 19.000	3 Gb
		Rp. 28.000	5 Gb
		Rp. 28.000	6 Gb
		Rp. 38.000	10 Gb
3	XL	Rp. 10.000	2 Gb
		Rp. 29.000	6 Gb
		Rp. 40.000	8 Gb
		Rp. 65.000	18 Gb

Sumber : Data olahan 2021

⁶ Rizky Nanda Shaputra, Skripsi : *Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017), h. 1

⁷ *Ibid.*, h. 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Keputusan pembelian konsumen mempunyai beberapa pertimbangan, diantaranya adalah keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjualnya, jumlah produk, waktu pembelian dan cara pembayaran. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilikan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan *alternative*. Setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. Apakah produk yang dibeli sudah sesuai dengan kebutuhannya atau keinginannya. Kemudian produk yang akan dibeli tersebut apakah sudah selesai kondisinya dan biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan. Terkadang orang tidak mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan pembelian. Hal ini karena orang hanya tertarik pada bentuk fisik (penampilan luar) dari produk tersebut.⁸

Produk yang dibeli haruslah berkualitas, konsumen akan merasa produk tersebut berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan. Menurut Kotler & Amstrong, Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya . Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu, suatu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk

⁸ Irfan maulana, *loc. cit.*, h. 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh.

Selain dari kualitas produk, pengaruh harga suatu produk juga sangat penting. Jika harga tinggi maka permintaan produk semakin rendah dan jika harga rendah maka permintaan produk akan semakin meningkat. Jika harga yang ditetapkan perusahaan, tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan dijatuhkan pada produk tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, dimana dalam penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk yang ada.⁹

Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Semakin terjangkau harga suatu produk maka konsumen akan semakin tertarik dan melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang bersangkutan.

Telekomunikasi seluler Indonesia mulai di kenalkan pada tahun 1984 dan hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang pertama mengadopsi teknologi seluler versi komersial. Teknologi seluler yang digunakan saat ini adalah NMT (*Nordic Mobile Telephone*) dari Eropa, disusul oleh AMPS (*Advance Mobile Phone System*). Teknologi seluler tersebut masih bersistem generasi pertama (1G).¹⁰

⁹ Irfan Maulana, *loc. cit.*, h. 4.

¹⁰ Rizky Nanda Shaputra, *loc. cit.*, h. 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pada tahun 1955 di luncurkan teknologi generasi pertama CDMA (*Code Devision Multiple Access*) yang disebut ETDMA (*Extendel Time Division Multiple Access*) melalui operator ratelindo yang hanya tersedia di beberapa wilayah Jakarta, Jawa Barat, dan Banten. Sementara ini decade yang sama, diperkenalkan teknologi GSM (*Global System For Mobile Communication*) yang membawa teknologi telekomunikasi seluler di Indonesia ke area generasi kedua (2g). Pada masa itu, layanan pesan singkatt (sms) menjadi fenomena dikalangan pengguna *Handphone* karena sifatnya yang hemat dan praktis. PT Sateli Palapa Indonesia (Satelindo) muncul sebaga operator GSM pertama di Indonesia, melalui keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. PM108/2/MPPT-93, dengan awal pemilik saham adalah PT Telkom Indonesia, PT Indosat, dan PT Bimagraha Telekomindi, dengan wilayah cakupan layanan meliputi Jakarta dan sekitarnya. Tidak lama setelah itu pada tanggal 26 mei 1955 di dirikan sebuah perusahaan telekomunikasi bernama Telkomsel, sebagai operator GSM nasional kedua di Indonesia, hal ini disebabkan karena pada tahun 1955 tersebut, pemerintah sukses melaksanakan proyek layanan *fixed-celuler-network operation* yang di perkenalkan oleh Ratelindo, sehingga untuk memperluas daerah layanan GSM ke provinsi-provinsi lain, pemerintah mendirikan Telkomsel. Pada periode ini, teknologi TMT dan AMPS mulai di tinggalkan, ditandai dengan tren melonjaknya jumlah pelanggan GSM di Indonesia. Beberapa penyebab faktor melonjaknya tersebut anatra lain, karena GSM menggunakan kartu SIM yang memungkinkan pelanggan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berganti handset tanpa mengganti nomor.¹¹ Berdasarkan data dari Dirjen Postel, dalam periode tahun 2006-2010 pertumbuhan rata-rata per tahun pengguna telpon seluler di Indonesia adalah 31,9% pertahun sehingga pada akhir tahun 2010 jumlah pelanggan telpon seluler mencapai 211 juta, dimana CDMA yang menguasai sebanyak 5% pangsa pasar. Menurut catatan ATSI (Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia), pelanggan Telkomsel hingga bulan juni 2010 mencapai 88 juta nomor, XL sekitar 35 juta, Indosat sekitar 39,1 juta dan selebihnya merupakan pelanggan dari provider lain.

Pesatnya perkembangan jumlah pengguna telekomunikasi seluler pada telekomunikas seluler berjaringan GSM merupakan hal yang menarik untuk di kaji, terutama pada perusahaan telkomsel ini merupakan perusahaan kedua yang memberikan layanan terhadap pelanggan seluler berjaringan GSM setelah perusahaan satelindo (saat ini berganti nama menjadi Indosat). Seharusnya, perusahaan yang pertama atau pioner bisa menguasai pasar karena pengalaman perusahaan terhadap pasar yang dimasukinya lebih banyak, akan tetapi pada kenyataannya, di penghujung tahun 2013, Telkomsel berhasil meraih jumlah pengguna seluler dengan angka yang mencapai 125 juta pengguna, sedangkan indosat sendiri hanya bisa meraih jumlah pengguna sekitar 59,4 juta. Berdasarkan berita yang Kompas.com dan Kontan online publikasikan pada tahun 2010, Telkomsel mengeluarkan biaya iklan mencapai 1,2 triliun rupiah, sedangkan Indosat mencapai 320 miliar rupiah dan XL Axiata mencapai 593 miliar rupiah. Angka tersebut merupakan

¹¹ Rizky Nanda Shaputra, *loc. cit.*, h. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

angka yang sangat besar, akan tetapi dalam hal ini bisa dilihat bahwa dari ke 3 perusahaan telekomunikasi seluler tersebut sama-sama melakukan keseriusan dalam hal memasarkan (khususnya mengiklan) produknya karena angka yang di keluarkan untuk biaya iklan ke 3 perusahaan tersebut sama-sama berjumlah besar.¹²

Melihat kenyataan bahwa selama 10 tahun terakhir ini Telkomsel memiliki jumlah pelanggan terbanyak dan pada tahun 2010 Telkomsel mengeluarkan biaya iklan yang terbesar diantara yang lain, penulis ingin mengetahui apa yang menjadi penyebab para pelanggan memilih Telkomsel dan selama 10 tahun tersebut Telkomsel bisa mempertahankan jumlah pelanggannya hingga berada dalam urutan nomor 1 dan mengalahkan operator pertama, yaitu Indosat.

Berdasarkan penelitian awal, masalah yang dihadapi saat ini adalah semakin banyaknya produk baru yang bermunculan dengan ide-ide baru meningkatkan kekuatan jaringan dan bonus-bonus yang membuat para konsumen tertarik untuk mencobanya. Keadaan tersebut menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang disukai konsumen, tanpa inovasi produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar.

Keputusan pembelian dapat tercipta dengan kualitas baik. Sebagaimana telah disebutkan oleh Peter Ducker bahwa produk dan jasa yang berkualitaslah yang dicari konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan

¹² Rizky Nanda Shaputra, *loc. cit.*, h. 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

keinginannya. Unsur utama di dalam penciptaan suatu kualitas produk adalah bagaimana konsumen mendefinisikan kualitas produk itu sendiri. Konsumen merupakan orang yang menerima hasil pekerjaan, maka hanya merekalah yang dapat merasakan bagaimana dan apakah kualitas produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Dari data lapangan yang penulis dapatkan bahwa kawasan Kel. Tanah Datar, Kec Pekanbaru Kota banyak yang menggunakan kartu internet Telkomsel. Laporan ini penulis dapatkan dari salah satu karyawan yang bekerja di GraPARI Jl. Jendral Sudirman yaitu Ibu Revi Nurul Arafah. Dari laporan ibu Revi ini juga didapatkan informasi bahwa Provider Telkomsel merupakan salah satu provider tertua di Indonesia, Telkomsel didirikan pada tahun 1995 oleh PT Telkom Indonesia sebagai salah satu perusahaan BUMN.

Dengan status anak perusahaan BUMN, Telkomsel menjadi salah satu provider dengan jaringan yang paling luas di Indonesia yang menjangkau luas ke pelosok-pelosok wilayah. Untuk di wilayah pulau Sumatera, Telkomsel menjadi provider dengan jumlah pelanggan terbanyak, apalagi di provinsi Riau khususnya Kota Pekanbaru, Telkomsel sangat menjaga kesetiaan pelanggannya dengan penawaran-penawaran yang menarik yang tersedia diseluruh gerai ponsel dan menyediakan banyak outlet (*Graphari*) sebagai tempat pengaduan keluhan masyarakat mengenai kualitas pelayanan dan gangguan jaringan provider Telkomsel.

Untuk di wilayah RW 03 Kel. Tanah Datar, Kec. Pekanbaru Kota, jaringan Telkomsel masih terbilang baik, namun ada juga beberapa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

masyarakat yang komplain atas kelambatan proses *loading* atau *buffering* saat mengakses *internet*, hal ini terjadi dikarenakan dari perangkat *handphone* nya yang kurang modern atau sudah lama, dengan munculnya teknologi baru secara terus menerus, pihak layanan provider menyarankan untuk meningkatkan perangkat keras masyarakat dalam setiap beberapa tahun, apalagi di wilayah yang banyak menggunakan jasa jaringan Wifi berlangganan.

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kartu perdana Telkomsel tersebut yang dimana penulis akan menyajikan hasil penelitian dalam bentuk karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel Pada Masyarakat Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini melihat bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dalam penggunaan kartu internet Telkomsel pada masyarakat Kota Pekanbaru menurut perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini hanya membahas data harga dari tahun 2021 sampai ke tahun 2022.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu :

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

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada masyarakat Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana pandangan ekonomi syariah terhadap keputusan pembelian kartu internet?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada masyarakat Kota Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui pandangan ekonomi syariah terhadap keputusan pembelian kartu internet?

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, disamping bermanfaat secara teoritis, penelitian ini juga memberi manfaat praktis. Adapun manfaat penelitian ini dapat bermanfaat oleh :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta mendukung teori-teori yang sehubungan dengan masalah yang diteliti. Serta dapat memberikan informasi dan memotivasi penelitian yang serupa. Hasil ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis, sebagai pengembangan wawasan pengetahuan pembaca dalam melakukan penelitian baik secara teori maupun praktik di lapangan dan sebagai informasi untuk masa yang mendatang.
- 2) Bagi perguruan Tinggi UIN Suska Riau, diharapkan menambah referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, rumusan hipotesis, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang kajian pustaka yang menjadi dasar dari penelitian dan penelitian terdahulu yang dijadikan dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian kemudian disebutkan hipotesis yang ingin diuji.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu teori mengenai pengaruh kualitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Rauda Pekanbaru.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi dari objek penelitian, hasil analisis data dan pengujian-pengujian statistic dan diakhiri dengan interpretasi hasil berupa penolakan atau penerimaan hipotesis yang diuji.

PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan yang menyajikan secara singkat keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan dan juga keterbatasan saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti hal 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.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas dan Produk

Pengertian kualitas menurut Kotler adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.¹³ Menurut Tjiptono, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁴

Pengertian produk menurut Tjiptono adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk dapat diperhatikan, diminta, dicari, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai alat untuk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹⁵ Menurut Kotler adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.¹⁶

Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan,

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009), h. 49.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1996), h. 51.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 95.

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2000), h. 448.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kemudahan pengoperasian, reparasi produk, juga atribut produk lainnya.¹⁷

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Sofjan Assauri hal yang dapat mempengaruhi secara langsung mengenai kualitas produk disebut dengan Sembilan bidang dasar atau 9M, yaitu:

1) *Market* (Pasar)

Jumlah produk berkualitas yang di pasarkan oleh seseorang atau perusahaan terus bertumbuh pada laju pertumbuhan yang eksplosif. Konsumen yang disarankan untuk mempercayai bahwa terdapat sebuah produk yang mampu memenuhi kebutuhannya. Pada saat ini konsumen menginginkan dan mendapatkan produk yang lebih baik untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Ruang lingkup pasar menjadi lebih luas serta secara fungsional lebih dikhususkan dalam barang yang ditawarkan.

Dengan bertambahnya jumlah perusahaan, pasar berubah menjadi bertaraf internasional. Pada akhirnya, bisnis harus dapat menyesuaikan dengan kondisi yang ada dengan cepat.¹⁸

2) *Money* (uang)

Bertambahnya jumlah persaingan di dalam berbagai bidang seiring dengan fluktuasi ekonomi dunia menyebabkan menurunnya

¹⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles of Marketing, 12th Edition Jilid I* Terjemahan Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2014), h. 11.

¹⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi Edisi Pertama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 362

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

batas keuntungan. Pada waktu yang sama, kebutuhan akan otomatisasi dan ketepatan strategi menyebabkan pengeluaran biaya dengan jumlah yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru. Penambahan investasi pabrik, yang dibayar dengan naiknya jumlah produktivitas, menimbulkan kerugian dalam jumlah yang besar dalam memproduksi, hal tersebut disebabkan oleh barang perkiraan dan pengulangan kerja yang sangat serius. Kenyataan ini menjadi perhatian para manajer dibidang biaya kualitas sebagai salah satu dari “titik lunak” tempat biaya operasional dan kerugian dapat diturunkan guna memperbaiki laba.

3) *Management* (Manajemen)

Tanggung jawab mengenai kualitas telah di distribusikan melalui beberapa kelompok khusus. Pada saat ini bagian pemasaran dengan fungsi perencanaan produknya, harus dapat membuat persyaratan produk. Bagian perancangan bertanggung jawab untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi persyaratan tersebut. Bagian produksi mengembangkan dan memperbaiki kembali proses agar mampu memberikan kemampuan yang cukup dalam menciptakan produk yang sesuai dengan spesifikasi rancangan.¹⁹

Bagian pengendalian kualitas merencanakan pengukuran kualitas pada seluruh aliran proses yang mampu menjamin bahwa

¹⁹ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

hasil akhir sebuah produk dapat memenuhi persyaratan kualitas dan kualitas pelayanan, setelah produk sampai di tangan konsumen menjadi bagian terpenting dari keseluruhan produk. Hal ini membuat beban manajemen puncak semakin kesulitan dalam mengalokasikan tanggung jawab yang tepat untuk mengevaluasi dari standar kualitas.

4) *Man* (Manusia)

Pertumbuhan yang cepat dalam ilmu pengetahuan teknis dan pembuatan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer, menciptakan permintaan dalam jumlah besar akan karyawan dengan pengetahuan khusus. Pada saat yang sama kondisi seperti ini dapat menciptakan permintaan untuk ahli *system* teknik yang akan mengajak semua bidang tertentu untuk bersama-sama dalam merencanakan, menciptakan dan mengoperasikan berbagai *system* yang akan menciptakan hasil yang diinginkan.

5) *Motivation* (Motivasi)

Penelitian mengenai motivasi manusia menunjukkan bahwa untuk memperoleh hadiah dalam bentuk tambahan upah, para pekerja saat ini memerlukan sesuatu yang dapat memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara personal memerlukan apresiasi atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal tersebut menuju kearah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kebutuhan yang belum ada sebelumnya yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik mengenai kesadaran kualitas.²⁰

6) *Material* (Bahan)

Karena biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memutuskan untuk memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari yang sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keberagaman bahan menjadi lebih besar.

7) *Machine and Mecanization* (Mesin dan Mekanik)

Permintaan perusahaan untuk dapat mencapai berkurangnya biaya dan volume produksi untuk memuaskan konsumen telah mendorong penggunaan sejumlah perlengkapan pabrik menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor penentu dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitas yang ada di dalamnya dapat digunakan sebagaimana mestinya.²¹

8) *Modern Information Metode* (Metode Informasi Modern)

Perkembangan dalam hal teknologi komputer membuka kemungkinan untuk dapat mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi dalam skala yang tidak dibayangkan sebelumnya. Teknologi informasi saat ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi serta mengendalikan produk bahkan setelah

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*, h. 363.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

produk sampai ke pelanggan. Metode pemrosesan data yang baru dan konstan menciptakan kemampuan untuk dapat mengelola informasi yang bermanfaat, akurat, tepat waktu dan bersifat perkiraan yang mendasari keputusan yang mengarahkan pada masa depan bisnis.

9) *Mounting Product Requirement* (Persyaratan Proses Produksi)

Kemajuan perancangan produk yang semakin pesat, membutuhkan pengendalian yang lebih ketat dalam seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi untuk sebuah produk menekankan pentingnya keamanan dan daya tahan produk.²²

c. Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk menurut Kotler, adalah :²³

- 1) *Performance* (Kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) *Durability* (Daya Tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- 3) *Conformance of Specification* (Kesesuaian dengan Spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk

²² *Ibid.*

²³ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 149.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

- 4) *Features* (Fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 5) *Realibility* (Reabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- 6) *Aesthetics* (Estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- 7) *Perceived Quality* (Kesan Kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
- 8) *Serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramah tamahan staf layanan.²⁴

d. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam

Menurut Veitzhal Rivai kualitas adalah suatu upaya untuk menghasilkan segala sesuatu yang terbaik, sekaligus meningkatkan

²⁴ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

serta menjamin keberlangsungan dan kemajuannya.²⁵ Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang. Sedangkan, bila kualitas produk yang tidak baik maka konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang.

Sebagaimana firman Allah SWT QS. An-Naml : 88 sebagai berikut :

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

Artinya : “Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap di tempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. (Begitulah) perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”²⁶

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam memproduksi suatu barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna dan sebaik-baiknya karena Allah sendiri sudah menciptakan semua yang ada di langit dan di bumi dengan kualitas yang sangat sempurna. Bila suatu produk telah sempurna dapat dikatakan produk yang memiliki kualitas yang baik.

²⁵ Veitzhal Rivai, *Islamic Bussiness and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 95.

²⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Madina: Al-Karim Fahd, 1990), h. 606.

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

a. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan dari para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.²⁷ Menurut Tjiptono, harga dapat diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (barang dan jasa lainnya), yang ditukarkan agar memperoleh nilai atas hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.²⁸

Menurut Chandran, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperhatikan untuk mendapatkan suatu produk.²⁹ Harga digunakan sebagai tolak ukur atas kesesuaian manfaat produk. Harga bersifat subjektif karena harga juga dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi dan lingkungan tiap individu yang tentunya berbeda-beda. Tidak jarang pula konsumen rela mengeluarkan biaya yang besar untuk mendapatkan suatu produk dan jasa. Hal ini mungkin terjadi karena konsumen menilai produk tersebut adalah produk yang berkualitas sehingga wajar bila memerlukan pengorbanan yang lebih tinggi.

²⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Alih bahasa Bob Sabran), Jilid I, Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 345.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayumedia Publidhing, 2005), h. 159.

²⁹ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi 1, (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 149.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga

Menurut Kotler dan Keller, ada beberapa faktor-faktor penentu yang perlu di pertimbangkan perusahaan dalam menetapkan harga, yaitu :³⁰

1) Mengetahui permintaan produk dan persaingan

Besarnya permintaan produk dan banyaknya pesaing juga mempengaruhi harga jual, jadi jangan hanya menentukan harga semata-mata didasarkan pada biaya produksi, distribusi dan promosi saja.

2) Target pasar yang hendak dilayani atau diraih

Semakin menetapkan target yang tinggi maka penetapan harga harus lebih teliti

3) Marketing mix sebagai strategi

4) Produk baru

Jika itu produk baru maka bisa ditetapkan harga yang tinggi ataupun rendah, tetapi kedua strategi ini mempunyai kelebihan dan kelemahan masing-masing. Penetapan harga yang tinggi dapat menutup biaya riset, tetapi juga dapat menyebabkan produk tidak mampu bersaing di pasar. Sedangkan dengan harga yang rendah jika terjadi kesalahan peramalan pasar, pasar akan terlalu rendah dari yang diharapkan. Maka biaya-biaya tidak dapat tertutup sehingga perusahaan mungkin menderita kerugian.

³⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*, (Jakarta: PT. Indeks, 2016), h. 491-492.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dalam pasar yang semakin kompetitif maka reaksi pesaing ini harus selalu dipantau oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan harga yang dapat diterima pasar dengan mendatangkan keuntungan.

6) Biaya produk dan perilaku biaya

7) Kebijakan atau peraturan yang ditentukan oleh pemerintah dan lingkungan.³¹

c. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong, terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu :³²

1) Keterjangkauan Harga

Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas

Penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

3) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

³¹ Ibid.

³² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi 7*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), h. 78.

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

Penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.³³

d. Harga menurut Pandangan Islam

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam Islam harga yang seharusnya berlaku dipasar yaitu harga yang adil. Dalam bahasa arab terdapat beberapa maknanya menunjukkan kepada harga yang adil, antara lain : *si'r al-misl*, *saman al-misl*, *qimah al-adl*. Istilah *qimah al-adl* (harag yang adil), pernah digunakan Rasulullah SAW, dalam kasus kompensasi pembebasan budak, dimana budak akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap mendapatkan kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-adl*.³⁴

Larangan penetapan harga telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Pada sebuah pasar ketika itu harga-harga melambung tinggi, kondisi harga yang tidak stabil itu menjadikan para sahabat kesulitan sehingga menimbulkan niat mereka untuuk mengusulkan kepada Rasulullah SAW. Menetapkan harga, namun secara tegas Rasulullah SAW melarang nya, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda :

³³ *Ibid.*

³⁴ Abi 'Isa Muhammad bin 'Isa bin Saurah, *Sunan at-Tarmizi al-jami' as-sahih*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 2002), 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

حدثنا عثمان بن ابي شيبة حدثنا عفان حدثنا حماد بن سلمة اخبرنا ثابت عن انس بن مالك و قتادة وحميد عن انس قال الناس يا رسول الله غلا السعر فسعر لنا فقال رسول الله ﷺ ان الله هو السعر القابض الباسط الرازق وانيل لارجو ان القي لله وليس احد منكم يطالبني بظلمة في دم ولا مال

“Diriwayatkan dari Anas RA, Sahabat Berkata : “Ya Rasulullah harga-harga barang. Maka Rasulullah SAW Bersabda : Sesungguhnya Allah SWT yang maha menetapkan harga, yang maha memegang, yang maha melepas dan memberi rezeki, dan sesungguhnya aku berharap bertemu dengan Allah dalam keadaan tidak seorang pun dari kalian menuntut aku karena perbuatan zalim terhadap jiwa atau tentang harga (barang-barang)”³⁵.

Hadist di atas pada dasarnya menegaskan bahwa harga ditentukan oleh pasar, membiarkan harga berlaku menuntut alamiahnya, tanpa campur tangan dari pihak manapun. Misalnya, pedagang menjual dagangannya dengan baik dan tidak mengandung kezaliman, namun kemudian harganya naik karena banyaknya orang yang meminta barang tersebut. Namun jika beberapa faktor yang tidak alamiah terjadi dipasar, misalnya terjadi monopoli sehingga masyarakat kesulitan memenuhi kebutuhannya, atau masyarakat sangat memerlukan barang tertentu, namun pedagang tidak mau menjualnya kecuali dengan harga yang tinggi, maka diperlukan investasi terhadap pasar.³⁶

³⁵ Ibid.

³⁶ Yusuf Qardhawi, *Fatwa-Fatwa Mutakhir*, (Jakarta: Yayasan al-Hamidy, 1994), h. 744

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Etta mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan *alternative* atau lebih. Setiadi dalam Etta mendefinisikan bahwa inisi dari pengambilan keputusan pembeli adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan ilmu pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya.³⁷

Keputusan pembelian menurut Tjiptono, merupakan sebuah proses dimana pembeli mengetahui masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi beberapa dari masing-masing alternatif tersebut untuk dapat digunakan dalam memecahkan masalah, yang kemudian mengarahkannya kepada keputusan pembelian.³⁸

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian terbagi menjadi 4 faktor, yaitu :

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari : budaya, sub-budaya dan kelas *social*.

³⁷ E.M. Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Hipotesis dan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), h. 120-121

³⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 21.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.³⁹

c. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong bahwa terdapat empat indikator keputusan pembelian, yaitu :⁴⁰

- 1) Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk adalah dari konsumen setelah melakukan pembelian pada sebuah produk setelah mengetahui informasi yang baik dari sebuah produk tersebut.
- 2) Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai merupakan melakukan pembelian karena sebuah merek ternama.

³⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009), h. 166

⁴⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *loc. cit.*, h. 181.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 3) Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
Merupakan konsumen yang membeli karena sebuah keinginan dan kebutuhan.
- 4) Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain merupakan pembelian dari rekomendasi teman atau keluarga untuk membeli produk tersebut.

d. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam

Dalam Islam proses pengambilan keputusan diterangkan dalam beberapa ayat yang telah leboh bersifat umum, artinya bisa diterangkan dalam segala aktifitas. Selain itu, konsep pengambilan dalam keputusan dalam Islam lebih ditentukan pada sifat adil dan berhati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujuraat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.⁴¹

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya kita berhati-hati dan teliti dalam menerima suatu berita

⁴¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *op. cit*, h. 515.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

atau informasi yang telah kita terima. Jika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat didasarkan atas sikap hati-hati umat Islam dalam membuat keputusan untuk mengonsumsi dan menggunakan suatu produk. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapantahapan yang dilalui konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Al-Quran dan Hadits sudah memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi agar perilaku konsumsi manusia jadi terarah dan agar manusia juga dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan dari Allah Swt dan juga Rasul-Nya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera di dunia serta di akhirat nanti.⁴²

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (*utilitas*), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan konprehensif, yaitu kepuasan dunia dan akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan, tetapi juga dengan *ruhiyah*, *ruhiyah* atau spiritual dan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat memadu perilakunya agar dapat mencapai kepuasan maksimum

⁴² Muhammad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), cet. ke-1, h. 230.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

sesuai dengan norma-norma Islam yang dapat pula diistilahkan dengan masalah. Jadi tujuan konsumen muslim bukanlah memaksimumkan *utility*, tetapi memaksimumkan masalah.⁴³

Menurut Imam Shatibi, sebagaimana yang dikutip Hendra Riofita dalam bukunya Sistem Ekonomi Islam, Masalah adalah sifat atau kemampuan bang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di bumi ini. Ada lima dasar menurut beliau, yakni : Kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), property atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen dasar di atas pada setiap individu, itulah yang disebut masalah.⁴⁴

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini, yaitu:

Penelitian Irfan Maulana tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Axis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode uji instrument, uji klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan (1) hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk

⁴³ *Ibid*, h. 244.

⁴⁴ Hendra Riofita, *Sistem Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Pt. Suntra Benta Perkasa, 2013), h.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara dengan $t_{hitung} 1,871 > t_{tabel} 1,665$ dan tingkat signifikan sebesar 0,064. (2) Hasil pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara Medan dengan $t_{hitung} 5,627 > t_{tabel} 1,665$ dan tingkat signifikan sebesar 0,000. (3) Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara Medan dengan $F_{hitung} 31,095 > F_{tabel} 2,36$ dan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Penelitian Rizky Nanda Shaputra tentang Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan kusioner untuk memperoleh data. Hasil penelitian menunjukkan (1) hasil secara parsial pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian diperoleh t_{hitung} sebesar $2.467 > t_{tabel} 2.048$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,020 < 0,05$. (2) Hasil secara parsial pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian diperoleh t_{hitung} sebesar $2.509 > t_{tabel} 2.048$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,018 < 0,05$. (3) Hasil uji F pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian diperoleh $F_{hitung} 12.840 > F_{tabel} 3.35$ kemudian dilihat dengan hasil probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Hal 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
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

menunjukkan ada pengaruh signifikan secara simultan Harga Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Penelitian Gagas Agassi Pangdugi dan Ce Gunawan tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Di Kota Sukabumi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengumpulan data menggunakan kusioner. Teknik analisis data yang digunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan (1) Nilai t hitung pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli sebesar 4.658 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan. (2) Nilai t hitung pengaruh harga terhadap keputusan membeli sebesar 1.104 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka harga berpengaruh positif dan tidak signifikan. (3) Nilai t hitung pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli sebesar 4.658 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan membeli kartu perdana Indosat di Kota Sukabumi.

Penelitian Farah Nahlia tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL (Studi Kaus Mahasiswa FISIP UNDIP Semarang). Hasil penelitian menunjukkan (1) Kualitas Produk berpengaruh positif ($t \text{ hitung} = 5,122 > t \text{ tabel} = 1,6606$) dan signifikan ($\text{sig} = 0,000$) terhadap keputusan pembelian. (2) Harga berpengaruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

positif ($t_{hitung} = 3,961 > t_{tabel} = 1,6606$) dan signifikan ($sig = 0,000$) terhadap keputusan pembelian. (3) Promosi berpengaruh positif ($t_{hitung} = 3,961 > t_{tabel} = 1,6606$) dan signifikan ($sig = 0,000$) terhadap keputusan pembelian. (4) Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh ($F_{hitung} = 11,095 > F_{tabel} = 2,69$) dan signifikan ($sig = 0,000$) terhadap keputusan pembelian sehingga membuktikan kualitas produk, harga dan promosi secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Rizka Amelia tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel (Studi kasus pada Mahasiswa IAIN Purwokerto). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kusioner. Hasil penelitian menunjukkan (1) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,788 menggunakan α sebesar 0,05 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. (2) Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,622 menggunakan α 0,05 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. (3) Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,684 menggunakan α sebesar 0,05 dengan signifikan sebesar 0,000. (4) Kualitas, produk, harga dan citra merek bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai konkordasi sebesar 0,927 menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara kualitas produk, harga citra merek, dan keputusan pembelian dan dalam

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

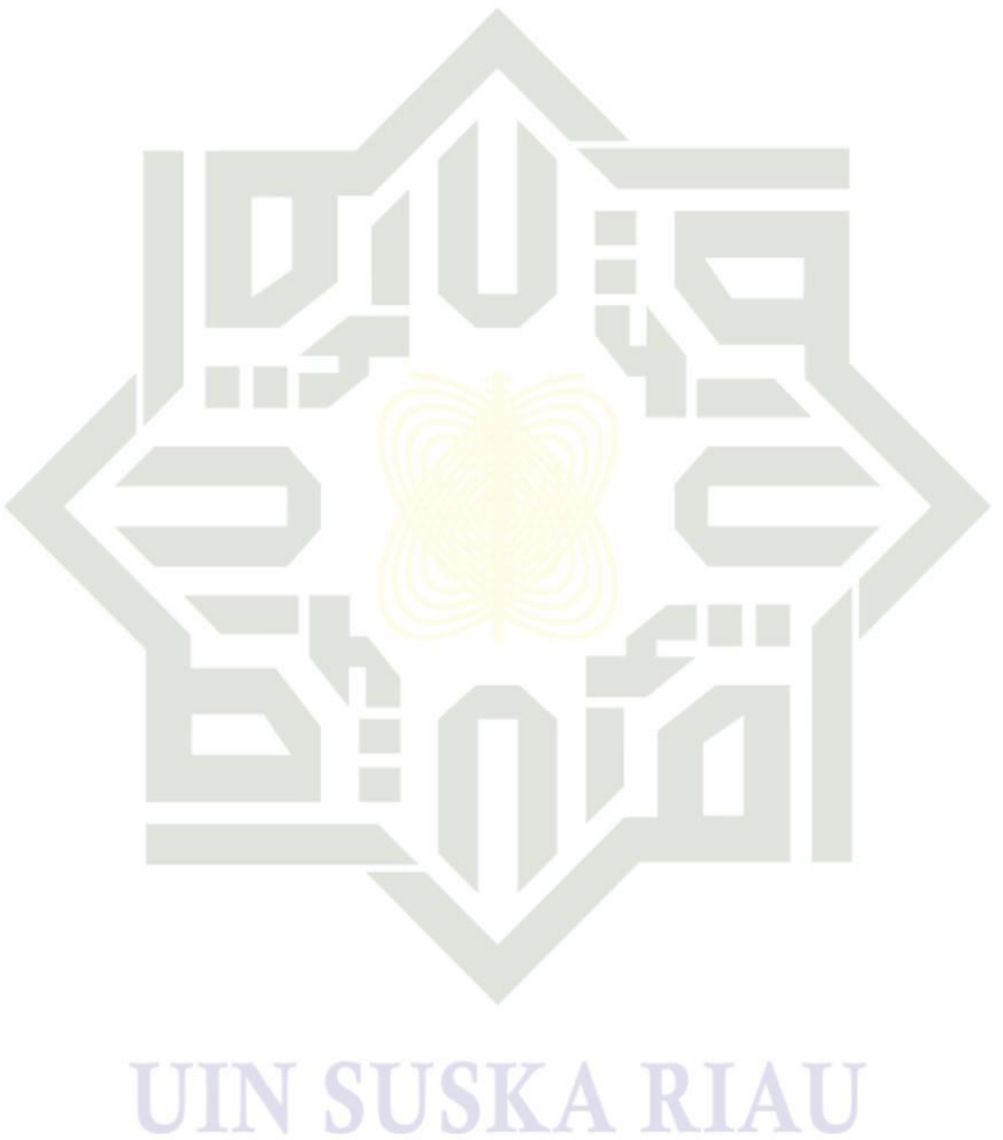
hal ini dapat diartikan bahwa tingkat keputusan pembelian kartu internet Telkosmel pada mahasiswa IAIN Purwokerto tergolong kuat.

© 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.





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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).⁴⁵ Selanjutnya Bambang Prasetyo, definisi penelitian kuantitatif adalah sebuah usaha pemeriksaan secara teliti dan menyeluruh dari sebuah fenomena atau masalah dengan menggunakan ukuran yang objektif dengan tujuan mendapatkan sebuah fakta atau kebenaran serta menguji teori-teori yang muncul atas munculnya suatu fenomena atau masalah.⁴⁶

B. Lokasi Penelitian

Di kecamatan Pekanbaru Kota terdapat 6 kelurahan yaitu kelurahan tanah datar, kelurahan sumahilang, kelurahan kota tinggi, kelurahan kota baru, kelurahan sukaramai dan kelurahan simpang empat. Dan kawasan kelurahan tanah datar akan menjadi lokasi untuk penelitian kali ini. Alasan kawasan ini dijadikan lokasi penelitian karena merupakan salah satu lokasi yang berada di pusat Kota Pekanbaru yaitu terletak diantara Jl. Jend. A.Yani, Jl. Cut Nyak Dien, Jl. Jend. Sudirman dan Jl. Pangeran Hidayat.

⁴⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), hlm. 39

⁴⁶ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Grafindo Persada, 2008), hlm. 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kawasan ini merupakan kawasan padat penduduk, dari data disdukcapil kota Pekanbaru pada tahun 2022, jumlah penduduk pada kecamatan Pekanbaru kota adalah 27.339 jiwa. Dan jumlah penduduk yang ada di kelurahan tanah datar berjumlah 7.217 jiwa, dimana pusat kota merupakan target pasar yang utama dari setiap perusahaan provider layanan *internet*. Disamping itu, hampir semua dari kalangan masyarakat disini disibukkan dengan pemakaian *gadget*, seperti aktif di sosial media, melihat berita, belanja di *online shop*, bekerja dari rumah atau WFH (*WorkFrom Home*), dan lain sebagainya.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah masyarakat RW 03, Kelurahan Tanah Datar, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau. Kawasan ini diapit oleh Jl. Jend. A.Yani, Jl. Teuku Cikdittiro dan Jl. Pangeran Hidayat. Sedangkan, objek penelitian adalah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁷ Populasi pada penelitian ini sebanyak 7.217 jiwa di kelurahan Tanah Datar, kecamatan Pekanbaru Kota.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 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.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya, yaitu jika didalam penelitian ini berjumlah 7.217 jiwa. Dan untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 5%.⁴⁸

Sumber Buku Sugiyono

Rumus Slovin:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan 10%

Jadi artinya :

$$n = \frac{7.217}{1 + 7.217(10\%^2)}$$

$$n = \frac{7.217}{1 + 72,13}$$

$$n = \frac{7.217}{73,13}$$

$$= 99 \text{ orang}$$

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah masyarakat yang

⁴⁸ Ibid., h. 81.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

E. Sumber Data

berdomisili di lingkungan RT 02 / RW 03 Kelurahan Tanah Datar, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru - Riau dan yang berusia sekitar 15 – 60 tahun serta yang menggunakan kartu *internet* Telkomsel sebagai kartu *provider* internet di kehidupan sehari-hari yang berjumlah 99 orang, dan untuk sampel diambil sebanyak 99 orang yang telah ditentukan dari hasil pencarian dengan menggunakan rumus slovin diatas.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah metode *Accidental Sampling* yaitu metode dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan. Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti pada saat penelitian, maka itulah yang akan menjadi sampelnya.⁴⁹

Menurut sumber penghasilannya data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebar kuesioner ke masyarakat RW 03 Jl. A.Yani Gg, Arridha, Kelurahan Tanah Datar, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru-Riau yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.⁵⁰

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen,

⁴⁹ Mashyuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Refika Aditama, 2011), h.

⁵⁰ Sugiyono, *op. cit.*, h. 194

majalah, media sosial dan artikel yang berkaitan dengan penelitian.⁵¹

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner merupakan satu teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Dalam kuesioner ini nantinya akan digunakan model pertanyaan tertutup, yakni bentuk pertanyaan yang sudah disertai alternative jawaban sebelumnya, sehingga responden dapat memilih salah satu dari alternative jawaban tersebut.

G. Metode Analisis Data

Dalam analisis data, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Yaitu menganalisa data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang kemudian dihubungkan dengan teori yang menunjang pembahasan. Perolehan data melalui jawaban dari kuesioner yang disebarkan kepada responden yang dalam penelitian ini adalah masyarakat. Dan untuk pengolahan data dari keseluruhan jawaban dari responden akan digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, yaitu metode perhitungan dengan menggunakan data diperoleh kemudian ditabulasikan. Serta selanjutnya data akan dianalisis dan diinterpretasikan. Penilaian variabel dapat diberi nilai sebagai berikut:

⁵¹ Sugiyono, *op. cit.*, h. 194

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

(SB) dengan kriteria penilaian Sangat Baik diberi nilai = 5

(B) dengan kriteria penilaian Baik diberi nilai = 4

(CB) dengan kriteria penilaian Cukup Baik diberi nilai = 3

(KB) dengan kriteria penilaian Kurang Baik diberi nilai = 2

(TB) dengan kriteria penilaian Tidak Baik diberi nilai = 1

Tabel 3.1
Penilaian Interpretasi Mean Variabel Penelitian

NILAI MEAN	INTERPRESTASI
1,00 - 1,79	Tidak Baik
1,80 - 2,59	Kurang Baik
2,60 - 3,39	Cukup Baik
3,40 - 4,19	Baik
4,20 - 5,00	Sangat Baik

1. Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat validitas dari kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti.⁵²

Cara yang digunakan adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan

⁵² Sugiyono, *op. cit.*, h. 97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menggunakan rumus korelasi *product moment*. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung $>$ nilai r tabel.⁵³

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrument yang bila digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data, dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurat. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang *reliabel* Menurut Sugiyono.⁵⁴

Untuk reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan atau α 0,6 atau lebih. Dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *alpha cronbach's* $>$ 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hal tersebut penting karena bila data setiap variabel tidak normal, maka

⁵³ *Ibid.*,

⁵⁴ *Ibid.*, h. 99.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistic parametik (Sugiyono;2013;239).⁵⁵

Menurut Susanto, Uji normalitas data menggunakan statistic SPSS Kolmogrov Smirnov dengan dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan probabilitas (*asymptotic significancy*), yaitu:

- 1) Jika probabilitas > 0.05 maka distribusi dari model regresi adalah normal
- 2) Jika probabilitas < 0.05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.⁵⁶

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolonoaritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan

⁵⁵ *Ibid.*, h. 239

⁵⁶ Agus Susanto, *SPSS & LISREL (Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 393.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 0.10 .⁵⁷

c. Uji Heterokedasitas

Uji Heteroskedasitas adalah dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Cara pengujian untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai produksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*.⁵⁸

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian autkolerasi dilakukan dengan uji *durbin watson* dengan membandingkan nilai *durbin watson* hitung (d) dengan nilai *durbin watson* tabel, yaitu batas atas (d_u) dengan batas bawah (d_L). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $0 < d < d_L$, maka terjadi autokorelasi positif
- 2) Jika $d_L < d < d_u$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi

⁵⁷ Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, (Semarang: Yoga Pratama, 2011), h. 405.

⁵⁸ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 18.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 3) Jika $d - dL < d < 4$, maka terjadi autokorelasi negatif
- 4) Jika $4 - d_u < d < 4 - dL$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak
- 5) Jika $d_u < d < 4 - d_u$, maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.⁵⁹

Untuk menguji apakah terjadi autokorelasi antar variabel yang diteliti, maka digunakan Uji Durbin-Watson yaitu dengan cara membandingkan nilai Durbin-Watson yang dihitung dengan DI dan Du yang ada dalam tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) $DI \leq Dw \text{ hitung} \leq Du$ = Tidak dapat disimpulkan
- 2) $Dw \text{ hitung} \leq DI$ = Ada autokorelasi positif
- 3) $Du \leq Dw \text{ hitung} \leq 4 - Du$ = Tidak ada autokorelasi
- 4) $Dw \text{ hitung} \geq 4 - Du$ = Ada autokorelasi negative
- 5) $4 - DI \leq Dw \text{ hitung} \geq 4 - Du$ = Tidak dapat disimpulkan

3. Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiono, analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi). Analisis regresi linear berganda akan dilakukan apabila jumlah dari variabel independennya minimal 2.⁶⁰

⁵⁹ Ghozali, *op. cit.*, h. 110.

⁶⁰ Sugiyono, *loc. cit.*, h. 275.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Berdasarkan rumus dari Regresi Linear berganda menurut Sugiono bahwa persamaan Regresi Linear Berganda itu dituliskan sebagai berikut:

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

Adapun dalam penelitian ini, maka dapat diturunkan rumusnya menjadi:

$$Y = a + b_1 K_1 + b_2 P_2 + e$$

Dimana :

- Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)
- a = Konstanta (Tetapan)
- b₁, b₂ = Koefisien regresi variabel independen
- K₁ = Kualitas Produk
- P₂ = Harga
- e = Error

4. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0,005, maka hipotesis ditolak.
Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,005, maka hipotesis diterima.
Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $F > 4$ maka H_0 ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain kita menerima hipotesis *alternative*, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempunyai variabel dependen
- 2) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak dan menerima H_a .⁶¹

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independent (Y) terhadap perubahan variabel dependent (X) untuk menguji keeratn hubungan variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian), maka dilakukan dengan cara melihat nilai koefisien determinasi (R^2).

Keberartian pengaruh dimaksudkan untuk mengetahui berarti atau tidaknya pengaruh X dan Y dengan menggunakan harga R^2 akan disajikan dalam tabel berikut:

⁶¹ Ghozali, *op. cit.*, h. 98.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3.2
Tingkat Koefisien Determinasi dan Kekuatan Pengaruh

Besar Nilai	Pengaruh
$R^2 = 0\%$	Tidak Berpengaruh
$0\% \leq R^2 \leq 4\%$	Berpengaruh Rendah Sekali
$4\% \leq R^2 \leq 16\%$	Berpengaruh Rendah
$16\% \leq R^2 \leq 36\%$	Berpengaruh Sedang
$36\% \leq R^2 \leq 64\%$	Berpengaruh Tinggi
$R^2 \geq 64\%$	Berpengaruh Tinggi Sekali

Sumber: Sugiono (2006;112)

H. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua jenis yaitu : variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

1. Variabel bebas (*independen*) : Kualitas Produk (X1), Harga (X2)
2. Variabel terikat (*dependen*) : Keputusan Pembelian (Y)

Penentuan variabel penelitian merupakan operasional kontrak supaya dapat diukur. Dalam penelitian ini operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Item	Pengukuran
Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.	1. Bentuk (<i>Form</i>) 2. Ciri-ciri Produk (<i>Features</i>) 3. Kinerja (<i>Performance</i>) 4. Ketetapan/kesesuaian (<i>Confermance</i>) 5. Ketahanan (<i>Durability</i>) 6. Keandalan (<i>Reliability</i>) 7. Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>) 8. Gaya (<i>Style</i>) 9. Desain (<i>Design</i>)	1-9	<i>Likert</i>
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan dari para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.	1. Keterjangkauan Harga 2. Kompetitif harga 3. Kesesuaian harga dengan fasilitas 4. Kesesuain harga dengan pelayanan	1-4	<i>Likert</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan ilmu pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih dan memilih salah satu diantaranya.	1. Faktor Kebudayaan 2. Faktor Sosial 3. Faktor Pribadi 4. Faktor Psikologis	1-4	<i>Likert</i>
---------------------	--	---	-----	---------------

I. Hipotesis

Hipotesis yaitu jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah penelitian sampai terbukti melalui data permasalahan yang terkumpul. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁶²

Hipotesis nol (nihil) berarti bahwa tidak ada pengaruh antara dua variable, dan hipotesis nol dapat disimpulkan dengan (H_0). Dua variabel yang dimaksud yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Sedangkan hipotesis kerja atau hipotesis alternatif yang disimbolkan dengan (H_a), menjelaskan bahwa adanya pengaruh antara dua variabel tersebut, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 64

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

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

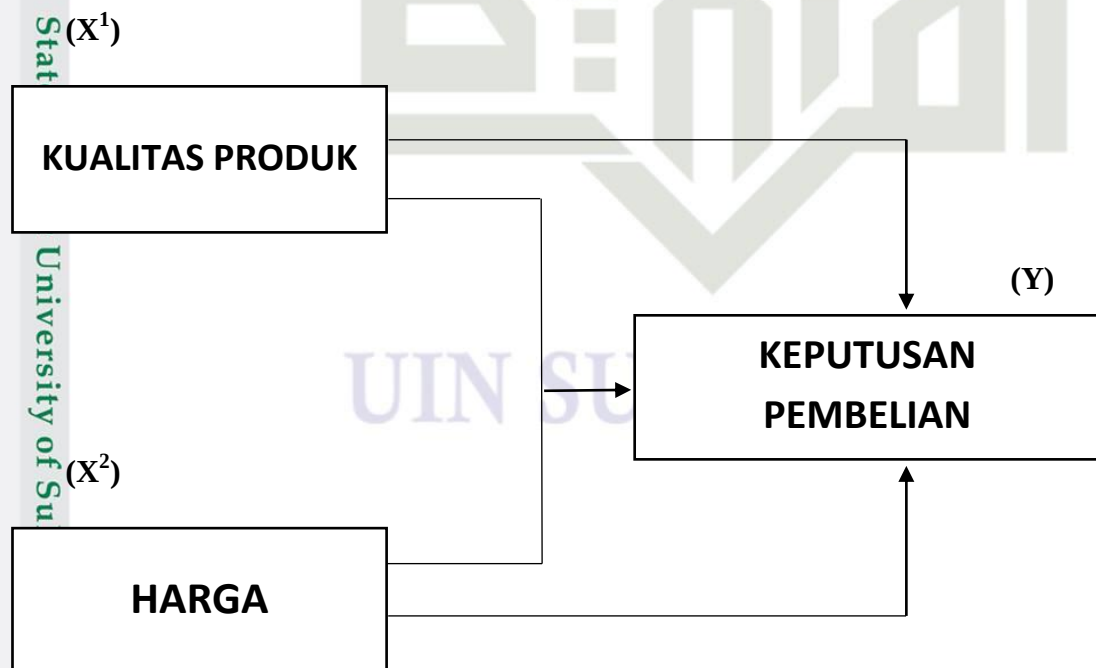
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan dan konsep teori diatas yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik suatu hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada masyarakat Kota Pekanbaru.
2. Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada masyarakat Kota Pekanbaru.
3. Diduga kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada masyarakat Kota Pekanbaru.

J. Kerangka Berfikir

Gambar 1
Kerangka Berfikir





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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Setiap terjadi peningkatan kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,323. dan setiap terjadi peningkatan harga maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,178. Dan hasil dari penelitaian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun secara simultan. Serta kualitas produk dan harga dalam penelitian ini berpengaruh sedang terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 21,2%.
2. Dalam menentukan keputusan pembelian kartu Internet Telkomsel dalam ekonomi islam itu produk yang dijual sudah memperhatikan kualitas yang baik dan harga yang sesuai, sebagaimana dalam ekonomi islam untuk memperhatikan kualitas produk yang baik dan hafrga terhadap suatu produk yang dijual kepada konsumen agar mendapatkan manfaat dari produk yang dibelinya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Selain kualitas produk dan harga, *provider* Telkomsel harus juga memperhatikan kualitas pelayanan dari jaringan *internet* yang dituntut harus tetap stabil, melakukan promosi di banyak tempat seperti di lokasi *car free day*, di Mal, di dalam pasar baik di pasar *modern* maupun di pasar tradisional.
2. Sebaiknya responden harus berani mencoba untuk mengambil keputusan sendiri dalam memilih *provider internet*, karna banyak dari beberapa responden yang hanya mengikuti saran dari rekan atau orang lain untuk memilih *provider internet* berdasarkan *provider* apa yang mereka pakai saat ini. Karna setiap orang pasti memiliki kebutuhan masing-masing, dan pastinya harga itu selalu menentukan kualitas dari suatu produk.
3. Dan kepada penulis lainnya yang ingin mencoba meneliti suatu permasalahan yang ada pada *provider internet*, mungkin bisa meneliti permasalahan pada bagian kualitas pelayanan, strategi pemasaran, implementasi fungsi pemasarannya dan strategi promosi apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan *provider* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Wahyu, dan Septiana Wulansari. “*Pandangan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, Dan Distribusi Terhadap Trend Keputusan Oembelian Rokok Elektrik.*” *Ekonomila Dan Bisnis*. Volume 02. No. 01. (2022).
- Andiansyah, Muhammad Irfan. 2018. Skripsi : *Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Simpati Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. (Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi Edisi Pertama Edisi Pertama*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Fure. 2013. *Lokasi Keberagaman Produk Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*.
- Ghozali. 2011. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Mahsyuri, dan Zainuddin. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Maulana, Irfan. 2018. Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Axis*. (Universitas Sumatera Utara).
- Nailia, Farah. 2016. Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL (Studi Kasus Mahasiswa FISIP UNDIP Semarang)*. (UNDIP Semarang).
- Nisaeni Dina. “*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani.*” *Ilmu Ekonomi Syariah*. Volume 02. No. 01. (2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

- Pangdugi, Gagas Agassi dan Ce Gunawan. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Di Kota Sukabumi*. Sukabumi: Disrupsi Bisnis. 4 (3).
- Pazy, dan Aditya. 2015. "Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Konveksi Fazry". *E-Proceeding of Management*. 2 (3).
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Qandhawi, Yusuf. 1994. *Fatwa-Fatwa Mutakhir*. Jakarta: Yayasan al-Hamidy.
- Rifita, Hendra. 2013. *Sistem Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Pt. Suntra Benta Perkasa.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Bussiness and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sardani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market". Jakarta: Riset Manajemen Sains Indonesia.3 (1).
- Sangadji, E.M. dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shaputra, Rizky Nanda. 2017. Skripsi : *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparweni, Wiratama. 2014. *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Supanto, Agus. 2012. *SPSS & LISREL (Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publidhing.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yunitasari Fitri, *Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Artikel diakses pada 15 Juni 2023 dari <https://123dok.com/article/keputusan-pembelian-dalam-perspektif-ekonomi-islam.qv8v7krz>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KUESIONER PENELITIAN

**FAKULTAS EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIEF
QASIM**



**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET
TELKOMSEL PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**

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.

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, peneliti memerlukan bantuan dari Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Pengajuan kuesioner ini ditujukan untuk mengumpulkan data dan informasi hanya berhubungan dengan tugas akhir, respon yang Bapak/Ibu berikan akan sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir dibidang pendidikan. Terimakasih.

Keterangan Nilai Jawaban :

- Sangat Baik (SB) = 5 (*Lima*)
- Baik (B) = 4 (*Empat*)
- Cukup Baik (CB) = 3 (*Tiga*)
- Kurang Baik (KB) = 2 (*Dua*)
- Tidak Baik (TB) = 1 (*Satu*)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

I. IDENTITAS RESPONDEN

Pilihlah dengan memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia!

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 15 – 25 Tahun ☐ 36 – 45 Tahun
☐ 26 – 35 Tahun ☐ 46 – 60 Tahun
4. Pendidikan Terakhir : ☐ SD / SMP ☐ SMA
☐ DIPLOMA I / II / III ☐ S1 / S2
5. Pekerjaan : ☐ PNS / Pegawai BUMN ☐ Pegawai
Swasta ☐ Wirausaha ☐ Lainnya

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

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

Pilihlah jawaban yang benar sesuai dengan penilaian anda!

II. TABEL DAFTAR PERTANYAAN

A. KUALITAS PRODUK

No	Pertanyaan	SB	B	CB	KB	TB
		5	4	3	2	1
1	Bagaimanakah bentuk kemasan dan bentuk desain dari produk Telkomsel seperti, kartu perdana <i>internet</i> dan kartu <i>voucher</i> untuk dipasarkan?					
2	Bagaimanakah ciri-ciri kemasan dan warna dari suatu produk Telkomsel sebagai nilai khas dari <i>provider</i> Telkomsel tersebut?					
3	Bagaimanakah kinerja provider Telkomsel dalam memberikan pelayanan kelancaran signal dan jaringan guna memenuhi kepuasan pelanggan saat dimanapun dan kapanpun?					
4	Bagaimanakah kesesuaian nilai antara harga terhadap produk-produk Telkomsel yang ditawarkan kepada pelanggan?					
5	Bagaimanakah ketahanan kuota <i>internet</i> yang diberikan Telkomsel pada saat pemakaian seperti youtube dan jejaring sosial (instagram, facebook, tiktok)?					
6	Bagaimanakah kehandalan dari pelayanan jaringan Telkomsel ketika dalam kondisi cuaca hujan, petir dan angin kencang?					
7	Bagaimanakah kemudahan perbaikan pelayanan yang dilakukan oleh Telkomsel apabila signal atau jaringan internet sedang bermasalah?					
8	Bagaimanakah gaya yang ditampilkan oleh pihak marketing Telkomsel dalam menjual dan mempromosikan produknya?					
9	Bagaimanakah desain kios atau <i>stand</i> yang ditampilkan Telkomsel dalam menarik mata dan minat pelanggan ketika ada pameran atau bazar?					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

B. HARGA

No	Pertanyaan	SB	B	CB	KB	TB
		5	4	3	2	1
1	Bagaimanakah keterjangkauan harga produk yang ditawarkan Telkomsel untuk masyarakat?					
2	Bagaimanakah kompetitif harga yang dimiliki Telkomsel dalam menyaingi provider <i>internet</i> lainnya agar masyarakat tetap memilih Telkomsel sebagai provider tetapnya?					
3	Bagaimanakah kesesuaian harga dengan fasilitas yang diberikan oleh Telkomsel dalam memberikan kepuasan untuk pelanggan?					
4	Bagaimanakah kesesuaian harga dengan pelayanan yang dilakukan oleh Telkomsel untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan disaat dalam kondisi apapun?					

C. KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pertanyaan	SB	B	CB	KB	TB
		5	4	3	2	1
1	Bagaimanakah peran dari faktor kebudayaan dalam mempengaruhi suatu keputusan pembelian?					
2	Bagaimanakah faktor sosial berperan dalam ikut menentukan pilihan suatu kebutuhan sekunder?					
3	Menurut anda, bagaimanakah faktor pribadi berperan pada masyarakat Indonesia pada umumnya dalam menentukan satu pilihan untuk kebutuhannya?					
4	Bagaimanakah faktor psikologis masyarakat Indonesia berperan dalam menentukan pilihannya?					

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



1. UJI VALIDITAS

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Hak Cipta Dilindungi

© Hak cipta

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

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

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

Correlations

		K1	K2	K3	K4	JUMLAH
K1	Pearson Correlation	1	.694**	.679**	.588**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
K2	Pearson Correlation	.694**	1	.656**	.664**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
K3	Pearson Correlation	.679**	.656**	1	.712**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
K4	Pearson Correlation	.588**	.664**	.712**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
JUMLAH	Pearson Correlation	.868**	.866**	.880**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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

B. VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)

Hak (

© T

Correlations

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	JUMLAH
Pearson Correlation	1	.365**	.931**	.403**	.369**	.312**	.470**	.030	.275**	.658**
K1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.767	.006	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.365**	1	.295**	.488**	.439**	.434**	.598**	.074	.369**	.699**
K2 Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000	.000	.000	.465	.000	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.931**	.295**	1	.367**	.333**	.341**	.456**	.034	.295**	.642**
K3 Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.001	.001	.000	.740	.003	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.403**	.488**	.367**	1	.512**	.465**	.456**	.113	.372**	.719**
K4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.264	.000	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.369**	.439**	.333**	.512**	1	.379**	.401**	-.096	.287**	.612**
K5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.342	.004	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.312**	.434**	.341**	.465**	.379**	1	.464**	.222*	.495**	.724**
K6 Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.000		.000	.027	.000	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.470**	.598**	.456**	.456**	.401**	.464**	1	.073	.423**	.736**
K7 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.473	.000	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.030	.074	.034	.113	-.096	.222*	.073	1	.278**	.324**
K8 Sig. (2-tailed)	.767	.465	.740	.264	.342	.027	.473		.005	.001
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Pearson Correlation	.275**	.369**	.295**	.372**	.287**	.495**	.423**	.278**	1	.698**
K9 Sig. (2-tailed)	.006	.000	.003	.000	.004	.000	.000	.005		.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
JU Pearson Correlation	.658**	.699**	.642**	.719**	.612**	.724**	.736**	.324**	.698**	1
ML Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
AH N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

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



C. VARIABEL HARGA (X2)



Hak (

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

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

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

Correlations

		K1	K2	K3	K4	JUMLAH
K1	Pearson Correlation	1	.448**	.383**	.517**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
K2	Pearson Correlation	.448**	1	.299**	.391**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
K3	Pearson Correlation	.383**	.299**	1	.432**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
K4	Pearson Correlation	.517**	.391**	.432**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
JUMLAH	Pearson Correlation	.766**	.711**	.727**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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



2. UJI RELIABILITAS

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

B. VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	9

C. VARIABEL HARGA (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

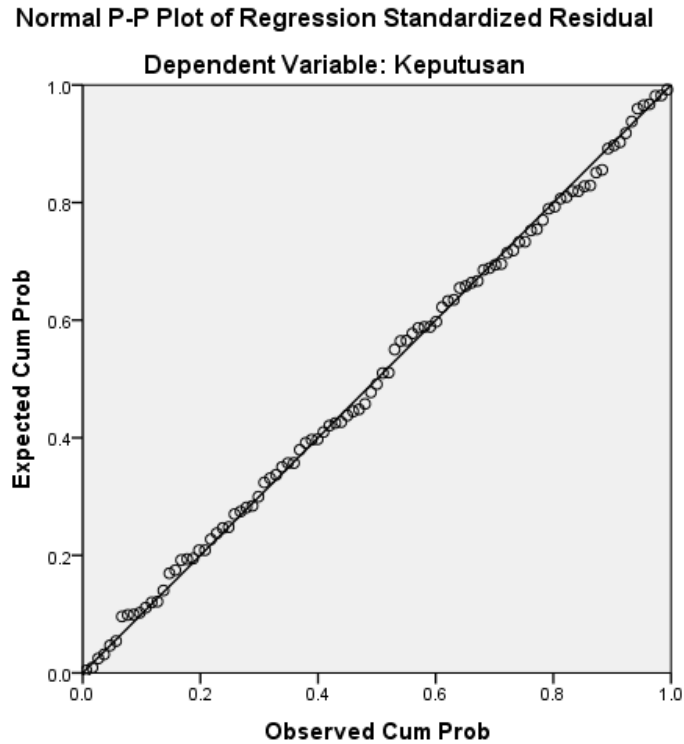
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



3. UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS



B. UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.907	1.102
	Harga	.961	1.041

a. Dependent Variable: Keputusan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

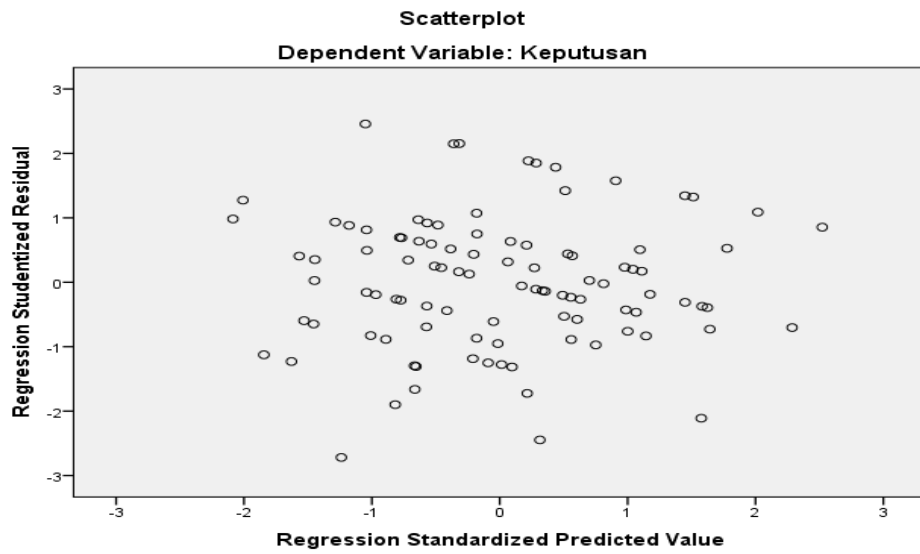


C. UJI HETEROKEDASITAS

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



D. UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.763 ^a	.446	.412	3.121	2.254

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan

UIN SUSKA RIAU

4. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	5.802	1.948	
1 Kualitas Produk	.138	.055	.244
Harga	.271	.096	.269

a. Dependent Variable: Keputusan

5. UJI PARSIAL t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.802	1.948		2.978	.004
1 Kualitas Produk	.138	.055	.244	2.490	.015
Harga	.271	.096	.269	2.821	.006

a. Dependent Variable: Keputusan

6. UJI SIMULTAN F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	190.135	3	63.378	6.506	.000 ^b
Residual	925.501	95	9.742		
Total	1115.636	98			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

State Islamic Univer

f 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

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET TELKOMSEL PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

NAMA : AISYAH FADILLA
 NIM : 11720525018
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Telah di *munaqasyahkan* pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 06 Juni 2024
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 02 JULI 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., M.A

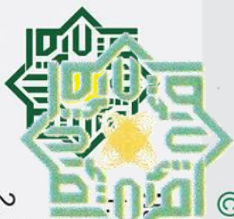
Sekretaris
Desi Devrika Devra, S.HL., M.Si

Penguji I
Dr. Rozi Andrini. SE. Sy., M.E

Penguji II
Bambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui:
 Dekan I
 Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., M.A
 NIP. 19711006 200212 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM
كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SHARI'AH 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.
- a. Pengutipan hanya untuk 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.00.9/2547/2022

Pekanbaru, 21 Maret 2022

Biasa
 1 (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 Syariah dan Hukum
 Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama	: AISYAH FADILLA
NIM	: 11720525018
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: X (Sepuluh)
Lokasi	: Jl. Ahmad Yani, RT 02/RT 03 Kel. Tanah Datar, Kec. Pekanbaru Kota

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
 :Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet
 Telkomsel Pada Masyarakat Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

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

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
 Dekan

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

Tembusan :
 Rektor UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/46571
 TENTANG

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



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Rekomendasi Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 042/E.II/PP-00.9/2547/2022 Tanggal 21 Maret 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : AISYAH FADILLA |
| 2. NIM / KTP | : 11720525018 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET TELKOMSEL PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : JL. AHMAD YANI KEL. TANAH DATAR KEC. PEKANBARU KOTA |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 30 Maret 2022



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

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

UIN SUSKA RIAU

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Walikota Pekanbaru
- Up. Kabag. Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
- Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Berangkutan

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Karya Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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