



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Oleh:

MAEDJI HASAN BUKHORI

12020515438

PROGRAM S1 EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2024 M/1446 H



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul : PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSEMEN DI CAFE UDA OWL JALAN SOEBRANTAS PEKANBARU BERDASARKANP ERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH yang ditulis oleh:

Nama : Maedji Hasan Bukhori

Nim : 12020515438

Program Studi : Ekonomi Syariah

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

**Pekanbaru, 15 Januari 2025
TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

**Ketua
Dr. Mawardi, S.Ag., M.Si**

**Sekretaris
Haniah Lubis, S.E., M.E.Sy**

**Penguji I
Darnilawati, SE., M.Si**

**Penguji II
Dr.Zulfahmi Bustami,S.Ag.,MAg**

Mengetahui
Wakil Dekan I Bagian Akademik
Dan Pengembangan Lembaga

Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA
NIP.197110062002121003

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSEMEN DI CAFE UDA OWL JALAN SOEBRANTAS PEKANBARU BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH yang ditulis oleh:

Nama : Maedji Hasan Bukhori

NIM : 12020515438

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari : Rabu, 15 Januari 2025

Waktu : 13.00 WIB

Tempat : Lt 3 Fakultas Syariah dan Hukum

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

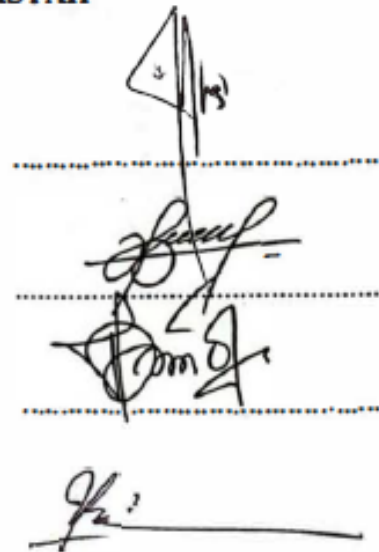
**Pekanbaru, 15 Januari 2025
TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

**Ketua
Dr. Mawardi, S.Ag., M.Si**

**Sekretaris
Hanih Lubis, S.E., M.E.Sy**

**Penguji I
Damilawati, SE., M.Si**

**Penguji II
Dr. Zulfahmi Bustami, S.Ag., M.Ag**





**Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum**

**Dr. H. Zulkifli, M. Ag
NIP. 197410062005011005**

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Maedji Hasan Bukhori

NIM : 12020515438

Tempat/ Tgl. Lahir : Muko Muko / 03 Mei 1999

Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi :

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Uda Owl Jalan Soebrantas Pekanbaru Berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. **Penulisan Skripsi 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 Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.**
 4. **Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan peraturan perundang-undangan.**
- Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.**

Pekanbaru, 09 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



(Signature)

Maedji Hasan Bukhori

NIM : 12020515438

- pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Maedji Hasan Bukhori (2024): Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Uda Owl Berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pertumbuhan jumlah kafe yang sangat drastis di Pekanbaru. Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini menuntut setiap perusahaan untuk terus melakukan inovasi dalam perkembangan dunia bisnis, semakin banyak pelaku bisnis membuka dan mengembangkan bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar. Para pelaku bisnis harus memikirkan dan menjalankan strategi yang tepat agar bisnis tersebut tetap laku di pasaran bahkan berkembang lebih baik lagi. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Kafe Uda Owl dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Kafe Uda Owl dalam perspektif ekonomi syariah

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, populasi dari penelitian ini adalah konsumen Cafe Uda Owl, sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 96 konsumen Cafe Uda Owl dengan pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling, menggunakan rumus lameshow, dengan pengumpulan datanya melalui kuesioner dan dokumentasi, teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Secara parsial pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian dengan menggunakan uji t diperoleh nilai t_{hitung} (14,004) > t_{tabel} (0,67711) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya secara parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian nilai koefisien $R Square$ (R^2) sebesar 0,676 atau kontribusi dari variabel harga sebesar 67,6%. Sedangkan sisanya sebesar 32,4 % dipengaruhi oleh faktor lain yang di luar penelitian ini, Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Café Uda Owl telah sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini tercermin dari penerapan prinsip penetapan harga yang transparan dan berorientasi pada keadilan, yang memastikan tidak ada unsur manipulasi atau eksploitasi dalam setiap transaksi. Salah satu praktik signifikan yang mendukung hal ini adalah konsistensi Café Uda Owl dalam mencatat setiap transaksi dengan baik, sehingga dapat menghindari unsur ketidakpastian (gharar) dan menjaga kepercayaan konsumen

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian dan Konsumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah *subhanahu wata'ala*, dengan berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi **“PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CAFE UDA OWL JALAN SOEBRANTAS PEKANBARU BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH ”**. Sholawat dan salam senantiasa diucapkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wasallam* sebagai *rahmatan lil'amin* yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kegelapan dan penuh kebodohan hingga ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dukungan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang menjadi bagian dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Kepada Orang tua Ayahanda Suparno dan Ibunda Purwanti, terima kasih atas semua kasih sayang, pengorbanan, dukungan, kepercayaan, serta yang selalu meridhoi dan mendoakan setiap langkah ananda untuk mencapai kesuksesan.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan di kampus Universitas Islam Negeri 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.

3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta Bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., M.A selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc. Ak. CA selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah, serta staf Prodi Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibuk Haniah Lubis, M.E.Sy selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Ibu Devi Megawati, S.E., M.Sy dan Ibu Nuryanti, S.E., M.Sy selaku dosen pembimbing skripsi, penulis ucapkan terimakasih atas segala bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat.
8. Pihak perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku guna untuk menyempurnakan skripsi ini.
9. Kakak kandung Apriyani Ningsih dan Adik Helli Apriyana Efendi, yang telah mensupport dan selalu menemani penulis melengkapi hasil penelitian 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.

10 Kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

11 Teman-teman EKSİYAR E20 yang selaku berjuang dari awal kuliah hingga bisa menyelesaikan perkuliahan dengan sabar dan tekun. Terimakasih untuk kita semua.

12 Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Do'a dan harapan penulis semoga Allah *subhanahu wata'ala* membalas budi baik semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia ini terlebih di akhirat kelak. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin*. Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, kepada Allah *subhanahu wata'ala* penulis menyerahkan diri dan memohon pertolongan.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 09

Desember 2024

Penulis,

Maedji Hasan Bukhori

NIM.120505438

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Kerangka Teoritis.....	7
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Definisi Operasional Variabel.....	37
E. Hipotesis Penelitian.....	37
F. Profil Cafe Uda Owl.....	37
BAB III.....	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel	39
D. Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Pembahasan.....	60
BAB V.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	73



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pendapatan Cafe Uda Owl (Dalam Puluhan-Ratusan Juta Rupiah)	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	36
Tabel 2. 3 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Deskripsi Umur Responden	49
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif	50
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Terhadap Harga	51
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Terhadap Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisi Regresi Linear Sederhana	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji T)	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	59
Tabel 4. 12 Interval Koefisien dan Tingkat Hubungan	60



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Pengujian Analisis Grafik Histogram	55
---	----





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini menuntut setiap perusahaan untuk terus melakukan inovasi dalam perkembangan dunia bisnis, semakin banyak pelaku bisnis membuka dan mengembangkan bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar.

Para pelaku bisnis harus memikirkan dan menjalankan strategi yang tepat agar bisnis tersebut tetap laku di pasaran bahkan berkembang lebih baik lagi. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya bisnis kuliner dengan berbagai konsep, seperti konsep Restoran keluarga, Warung kaki lima, hingga Distro, Cafe, dan Kedai.

Saat ini masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, membuat tugas, atau hanya sekedar untuk bersantai di tengah kesibukan mereka.

Keputusan konsumen untuk membeli memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan konsumen seperti faktor harga pada cafe. Para konsumen cenderung akan memilih café atau coffee shop yang memiliki harga yang cenderung murah dan produk berkualitas atau suasana café yang nyaman dan menyenangkan bagi konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Harga merupakan hal yang sangat diperhitungkan dalam melakukan pembelian dan biasanya konsumen menyesuaikan dengan budget yang ada. Konsumen akan melihat apakah harga di café tersebut sesuai dengan kualitas produk yang dijual dan apakah harga yang ditawarkan termasuk harga yang kompetitif bila dibandingkan dengan produk yang dijual di tempat lain.¹

Lingkungan Cafe Uda Owl berada di tengah-tengah 2 kampus besar di Pekanbaru, yakni Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau. Dan hal tersebut menjadi peluang bagi Cafe untuk menarik calon pembeli nya. Hal ini dibuktikan dari data pendapatan yang penulis temui di lapangan yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Pendapatan Cafe Uda Owl (Dalam Puluhan-Ratusan Juta Rupiah)

Tahun	2020	2021	2022	2023
Jumlah Pendapatan	70	150	320	350

Sumber: Cafe Uda Owl, 2024

Berdasarkan data di atas, pendapatan pada Cafe Uda Owl dapat diketahui bahwa pendapatan pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp.70.000.000, pendapatan pada tahun 2021 meningkat sebesar Rp. 150.000.000, selanjutnya pada tahun 2022 Cafe Uda Owl meraup keuntungan sebesar Rp. 320.000.000 yakni melebihi dari setengah pendapatannya tahun lalu dan pada tahun 2023 Cafe Uda Owl konsisten meraih keuntungannya dengan total sebesar Rp. 350.000.000. Cafe Uda Owl mendapatkan keuntungan yang terbilang cukup besar, per harinya Cafe Uda Owl mendapatkan keuntungan per harinya yaitu

¹ Mankiw, *Principles of Economics*. Cengage Learning., n.d.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Rp. 1.000.000 s/d 3.000.000

Dalam persaingan bisnis Cafe yang semakin marak saat ini, setiap pelaku bisnis termasuk pelaku bisnis Cafe harus dapat mempertahankan kelangsungan dari bisnis Cafe yang dijalankan. Agar dapat bertahan dan sukses dalam bisnis Cafe, suatu perusahaan harus dapat mempertimbangkan apa yang membuat konsumen menjadi tertarik dalam keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pada intinya walaupun pemasar atau konsumen sering mengacu pada pilihan antara produk, merek dan tempat pembelian, proses pembelian biasanya juga dipengaruhi oleh hubungan baik dengan produsen.²

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis yang berjudul **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Uda Owl Berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah serta menghindari kesimpangsiuran dan kesalahpahaman terhadap penelitian yang diteliti, maka perlu adanya batasan masalah untuk memberikan batasan dan arahan pada pada pembahasan ini.

Adapun batasan masalah yang akan diteliti difokuskan pada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Uda Owl Berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah.

² Yenni, “Teori Pengambilan Keputusan,” *Jurnal Al-Karim*, 2020, h 13-28.

D. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe uda owl?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe uda owl berdasarkan perspektif ekonomi syariah?

E. Manfaat Penelitian

5. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi serta mengembangkan wawasan bagi peneliti selanjutnya, mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen berdasarkan perspektif ekonomi syariah.
6. Penelitian ini sebagai tugas dan syarat untuk meraih gelar sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Suska Riau.
7. Penelitian ini sebagai bahan masukan bagi penulis sendiri dalam penerapan disiplin ilmu yang diterima selama berada dibangku perkuliahan dan menambah ilmu pengetahuan dalam membuat karya ilmiah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

8. Penelitian ini menjadi acuan informasi bagaimana harga mempengaruhi keputusan konsumen dan membantu cafe uda owl terkhusus untuk mengembangkan kampanye pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika merupakan uraian secara garis besar mengenai apa yang menjadi dasar atau acuan dari suatu penelitian. Dalam penulisan sistematika ini akan disajikan secara menyeluruh untuk memudahkan dalam melakukan penulisan dan memahami penelitian ini ditulis dalam sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan terdiri dari antara lain latar belakang masalah, permasalahan yang memuat, identifikasi masalah, batasan masalah, dan rumusan masalah serta ditambah dengan tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini terdiri dari kerangka teori, penelitian yang relevan (penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan, jurnal internasional dan jurnal terakreditasi nasional, serta indikator variabel atau konsep operasional.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menguraikan secara jelas tentang metode penelitian kuantitatif, terdiri dari pendekatan penelitian, informan atau populasi dan

sampel penelitian, instrumen penelitian, hipotesis penelitian dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian yang berisi temuan umum penelitian dan temuan khusus penelitian.

BAB V : PENUTUP

Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong mendefinisikan bahwa dalam keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (*consumer behavior*) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian.³

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.⁴

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi dalam

³ Irdha Yanti Musyawarah, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (RJA),” *Jurnal of Economic, Management, and Accounting* Vol 1, no. No. 1 (2020): h 52.

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

keputusan pembelian terbagi menjadi 4 faktor, yaitu:⁵

1) Faktor Kebudayaan

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

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.

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. Banyaknya pelaku bisnis dibidang sejenis juga akan berdampak pada

⁵ Darnilawati Dkk, *Manajemen Pemasaran* (Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023). 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.

semakin meningkatnya kuantitas produk di pasar. Dengan meningkatnya kuantitas produk dan pelaku bisnis di pasar, maka tingkat persaingan menjadi salah satu topik permasalahan bisnis sehari-hari. Untuk itu, tingkat persaingan akan semakin meningkat tajam dari tahun ke tahun dan di masa yang akan datang.⁶

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.⁷

Berdasarkan teori dan pandangan yang dipaparkan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Keputusan Pembelian merupakan kesadaran diri atas ketertarikan dalam memilih penyelesaian masalah pada kegiatan manusia guna memenuhi keinginan dan kebutuhan yang telah di pertimbangkan dengan matang, yang diharapkan akan memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

c. Manfaat Keputusan Pembelian

Menurut Sutikno, manfaat dari adanya keputusan pembelian adalah sebagai berikut:⁸

⁶ Elvina Endah Puspa Wulandari, “Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu,” *JEMS: Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains* Vol 2, no. No. 1 , (2021): h 76.

⁷ Andrian et Al, *Perilaku Konsumen* (Malang: Rena Cipta Mandiri, Cet. Ke-1, 2022).

⁸ Ridho Saputra, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru,” (Skripsi: Universitas Islam Riau, 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.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan diskon untuk menarik pembeli.
- 2) Dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik, misalnya dengan mengetahui bahwa konsumen akan banyak menggunakan transportasi saat lebaran, pembuat keputusan dapat merencanakan harga tiket transportasi di hari raya tersebut.
- 3) Pemasaran sosial, yaitu penyebaran ide di antara konsumen, dengan memahami sikap konsumen, dalam menghadapi sesuatu, seseorang dapat menyebarkan ide dengan cepat dan efektif.

d. Motif-Motif Keputusan Pembelian

Para pembeli memiliki motif-motif pembelian yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang disebut buying motives. Mengenai buying motives ada 3 macam:⁹

- 1) *Primary buying motive*, yaitu motif untuk membeli yang sebenarnya.
- 2) *Selective buying motive*, yaitu pemilihan terhadap barang, ini berdasarkan rasio.
- 3) *Patronage buying motive*. Ini adalah *selective buying motive* yang ditujukan kepada tempat atau toko tertentu. Pemilihan ini bisa timbul karena layanan memuaskan, tempatnya dekat, cukup persediaan barang, ada halaman parkir, orang-orang besar suka berbelanja ke tempat tersebut.

⁹ Winardi, *Asas-Asas Marketing*. (Bandung: Mandar Maju., 1993).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

e. Keputusan Pembelian Dalam Islam

Keputusan pembelian dalam Islam, dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen akan melalui beberapa tahapan sebelum menentukan apa yang akan ia beli, dan konsumen tentunya akan dihadapkan akan dengan dua alternatif atau lebih yang nantinya konsumen akan memilih salah satu dari alternatif tersebut yang menurutnya tepat dan selanjutnya akan membuat keputusan pembelian. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang ada pada surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:¹⁰

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

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

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan hanya untuk memuaskan kepuasan barang (utilitas), tetapi yang lebih penting adalah untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan menyeluruh, yaitu kepuasan dunia akhirat. Keputusan tidak selalu dihubungkan dengan kebendaan, tetapi dengan ruhiyah, spiritual dan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang berlawanan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Oleh karena itu konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat mengarahkan perilakunya menurut norma-norma Islam, yang juga dapat disebut sebagai

¹⁰ Departemen RI, "Al-Qur'an Dan Terjemah," Cordoba, 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.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah, agar dapat mencapai kepuasan maksimal. Jadi tujuan konsumen muslim bukanlah memaksimalkan utility, tetapi memaksimalkan masalah.¹¹

Menurut Imam Shatibi, sebagaimana yang telah dikutip oleh Hendra Riofita dalam bukunya Sistem Ekonomi Islam adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa untuk mendukung elemen dasar dan tujuan dari kehidupan manusia di dunia ini. Ada lima dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (al-nafs), property atau harta benda (al-nasl). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen dasar di atas pada setiap individu, itulah yang disebut mashlahah.

f. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Thomson Indikator dari keputusan pembelian adalah sebagai berikut:¹²

1) Sesuai Kebutuhan

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

2) Mempunyai manfaat

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

¹¹ Irwandi, “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makan Dan Minum Di Stadion Cafe Kelurahan Langgini Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah,” (*Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*), 2023, h. 47.

¹² U. Yunita, N. R Sumarsono, H., & Farida, “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo).”, *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* Vol.3, no. No.1 (n.d.): h 90.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

3) Ketepatan dalam membeli produk

Ketika konsumen benar-benar mengambil keputusan pembelian dan barang yang diterima sesuai dengan yang diinginkan.

4) Pembelian berulang

Ketika konsumen merasa kinerja suatu merek sama dengan ekspektasi, melebihi maupun diluar ekspektasi maka akan mempengaruhi sikap atau tindakan pembeli di masa mendatang.

2. Perilaku Konsumen

Menurut James F. Angel, perilaku konsumen didefinisikan sebagai Tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan Tindakan-tindakan tersebut.¹³

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu. Menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta, perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.

¹³ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumberdaya Manusia* (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2012).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Sedangkan menurut Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf, perilaku konsumen adalah tindakan–tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.¹⁴

Pengertian Perilaku Konsumen Islam, dalam ekonomi Islam, konsumsi diartikan dengan kegiatan manusia dalam menggunakan komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan untuk memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah). atau badan pengguna produk baik berupa barang maupun jasa dengan berpegang teguh pada ketentuan-ketentuan yang berlaku sesuai syariat Islam.¹⁵

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk. Setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga yang menarik bagi agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkannya. Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan

¹⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2009).

¹⁵ Tiara Nur Fasiatul Zannah, “Analisis Perilaku Konsumen, Produsen Dan Pasar Dalam Ekonomi Islam,” *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (n.d.).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

suatu produk.¹⁶

Teori harga dalam ekonomi Islam adalah teori yang menjelaskan bagaimana harga ditentukan dalam sistem ekonomi Islam. Teori ini didasarkan pada keseimbangan antara permintaan dan penawaran, serta memperhatikan keadilan dan kesejahteraan.

Dalam ekonomi Islam, harga yang adil adalah harga yang tidak merugikan atau menimbulkan dampak negatif bagi penjual dan pembeli. Harga yang adil juga harus mencerminkan manfaat bagi kedua belah pihak. Harga didefinisikan dengan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau memperoleh suatu produk.

Beberapa prinsip dalam teori harga dalam ekonomi Islam:¹⁷

- 1) Harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran
- 2) Harga harus adil dan tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan
- 3) Harga harus memperhatikan aspek keadilan, kesejahteraan, dan etika
- 4) Islam melarang riba, gharar, dan tindakan spekulatif
- 5) Harga harus sesuai dengan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan
- 6) Pemerintah dapat melakukan intervensi harga jika terjadi monopoli atau kecurangan yang merugikan konsumen.

¹⁶ Musyawarah, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (RJA).”

¹⁷ Veitzhal Rivai, *Islamic Bussiness and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Konsumen akan mempertimbangkan harga sebelum memutuskan pembelannya dan konsumen pun akan membandingkan harga dengan pilihan produk mereka berikutnya akan mengevaluasi kesesuaian harga dengan nilai produk serta jumlah uang yang dikeluarkan.¹⁸ Dalam ekonomi Islam, harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga yang sesuai dengan anggaran dan kualitas produk akan mendorong konsumen untuk membeli.¹⁹

- 1) Dalam ekonomi Islam, harga ditentukan oleh hukum permintaan dan penawaran, bukan oleh penguasa.
- 2) Harga yang ditetapkan harus memperhatikan keadilan, kesejahteraan, dan etika.
- 3) Islam melarang riba, gharar, dan tindakan spekulatif.
- 4) Konsumen mempertimbangkan apakah mereka mampu membeli produk berdasarkan harga absolutnya.
- 5) Konsumen juga mengevaluasi apakah harga produk sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.
- 6) Penawaran diskon, penjualan, dan promosi harga akan menarik perhatian konsumen dan mendorong pembelian.

Berdasarkan teori dan pandangan yang dipaparkan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga merupakan nilai atau jumlah

¹⁸ Dedi Junaedi dan Agung Prasetyo Afrida Pratiwi, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Market Cikaret," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2019, h150-159.

¹⁹ Zannah, "Analisis Prilaku Konsumen, Produsen Dan Pasar Dalam Ekonomi Islam,."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

uang yang wajib dibayarkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang dibutuhkan.

b. Tujuan Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga, perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu tujuan dari penetapan harga. Semakin jelas tujuannya maka semakin mudah harga ditetapkan. Pada dasarnya, tujuan penetapan harga dapat dikaitkan dengan laba atau volume tertentu. Tujuan ini harus selaras dengan pemasaran yang dikembangkan dari tujuan perusahaan secara keseluruhan. Harga bersifat fleksibel sehingga bisa disesuaikan.²⁰ Adapun tujuan penetapan harga sebagai berikut:²¹

1) Berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memberi harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global kondisi yang dihadapi semakin kompleks dan semakin banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, sehingga tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

2) Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan

²⁰ Rivai, *Islamic Bussiness and Economic Ethics*.

²¹ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Bandung: CV. Alfabeta, Cet. Ke-2, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objective. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar. Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan perusahaan penerbangan.

3) Berorientasi pada Citra

Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (image of value).

4) Berorientasi pada Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu.

5) Tujuan-Tujuan Lainnya

Harga dapat pula diterapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Harga Dalam Pandangan Islam

Islam memiliki pandangannya sendiri tentang keputusan penetapan harga. Dalam berbisnis, Al-Qur'an memberikan rambu-rambu yang harus bisa menguntungkan kedua belah pihak. Hal tersebut sebagaimana Firman Allah Swt dalam ayat berikut:

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

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa: 29)

Jumhur ulama berpendapat bahwa pada prinsipnya tidak boleh menetapkan harga karena itu tindakan kezaliman. Dan mereka mendasarkan argumen mereka pada Hadits Anas bin Malik: “Pada zaman Rasulullah SAW, harga barang meningkat, dan orang-orang juga berkata: Ya Rasulullah, jika Anda ingin menentukan harga/stabilitasnya.” Beliau menjawab: Dari Anas RA, sahabat berkata “Ya Rasulullah harga-harga barang. Maka Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorangpun dari kalian yang menuntunku dengan tuduhan kezaliman dalam darah dan harta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Hadits ini, penguasa (imam) tidak berhak menentukan harga masyarakat saat ini, tetapi masyarakat dapat dengan bebas menjual hartanya sesuai mekanisme yang berlaku. Penetapan harga sama saja dengan melarang mereka untuk membelanjakan harta mereka. Sedangkan pada kalangan mazhab Maliki dan mazhab Hanafi membolehkan penguasa untuk menetapkan harga untuk menolak bahaya hal yang menyebabkan kerugian bagi masyarakat jika harga yang ditetapkan pemilik barang dagangan telah terlalu melampaui harga umum. Jika demikian halnya, maka sah-sah saja menerapkan penetapan harga melalui musyawarah dengan para pakar untuk menjaga kemaslahatan umum.

Harga dalam Fiqih Islam dikenal dengan dua istilah berbeda tentang harga suatu barang, yaitu As-Saman dan As-Si'r. As-Saman adalah patokan harga suatu barang, sedangkan As-Si'r merupakan harga yang berlaku secara aktual. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua jenis harga, yaitu harga tidak tersedia dan harga terlarang dan harga tersedia dan disukai. Ibnu Taimiyah percaya bahwa harga yang setara adalah harga yang adil. Ia juga menjelaskan bahwa harga yang adil adalah harga yang ditetapkan berdasarkan keadilan dan tidak merugikan salah satu pihak.²²

Konsep harga menurut Ibnu Taimiyah pada dasarnya telah menggunakan harga yang adil sejak awal Islam, dan Al-Qur'an sendiri

²² R Awalia, "Pemikiran Ekonomi Ibn Taimiyah," *Jurnal: Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 2003, h.69-70.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

sangat mementingkan keadilan dalam semua aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar, terutama dalam harga, yang menyebabkan Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan dengan harga tinggi yang melebihi kepercayaan konsumen. Dijelaskan dalam firman Allah yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (Q.S Al-baqarah :278)*

Inilah teori ekonomi Islam mengenai harga. Para Fuqaha berpikir bahwa harga yang adil adalah harga yang dibayarkan untuk barang serupa, jadi mereka menganggap harga setara. Ibnu Taimiyah adalah orang pertama yang memperhatikan masalah harga yang adil. ia sering menggunakan dua istilah ini, yaitu kompensasi yang setara dari harga yang setara.

Menurut Ibnu Taimiyah, harga ditetapkan menurut kekuatan permintaan dan penawaran. Naik dan turunnya harga tidak selalu berkaitan dengan penguasaan atau kedzaliman yang dilakukan oleh seseorang. Seringkali alasannya disebabkan karena adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang dibutuhkan.²³ Artinya, jika kebutuhan terhadap suatu barang meningkat

²³ Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah* (Cairo:Darul Sya'b, 1976).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

sementara kemampuan menyediakannya menurun, maka harga dengan sendirinya akan naik. Disisi lain, jika kemampuan untuk menyediakan barang meningkat dan permintaan akan barang tersebut menurun maka harga juga akan turun. Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa dalam konsep Islam cara penetapan harga ditentukan oleh penyebabnya. Jika penyebab perubahan harga genuine demand dan genuine supply, maka mekanisme penetapannya dilakukan melalui market intervention. sedangkan bila penyebabnya adalah distorsi terhadap demand dan supply, maka mekanisme penetapannya dilakukan melalui penghilangan distorsi termasuk price intervention untuk mengembalikan harga pada keadaan sebelum adanya distorsi.²⁴

Ibnu Taimiyah memberikan penjelasan yang rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:²⁵

1. Permintaan masyarakat (al-ragabah) yang sangat bervariasi (people's desire) terhadap barang. Faktor ini tergantung pada jumlah barang yang tersedia (al-matlub). Suatu barang akan semakin disukai jika jumlahnya relatif kecil (scarce) daripada yang banyak jumlahnya.
2. Tergantung kepada jumlah orang yang membutuhkan barang (demander/ consumer/ tullab). Semakin banyak jumlah peminatnya, semakin tinggi nilai suatu barang.

²⁴ Ibnu Taimiyah, Al-Hisbah (Cairo: Darul Sya'b, 1976) h. 236

²⁵ Ibnu Taimiyah, "Majmu' Fatawa", (Kairo: Dar al-Sa'ab 1976), h. 304-306

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Harga juga dipengaruhi oleh kuat lemahnya kebutuhan terhadap suatu barang, selain juga besar dan kecilnya permintaan. Jika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan berjumlah besar, maka harga akan naik lebih tinggi jika dibandingkan dengan jika kebutuhannya lemah dan sedikit.
4. Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (almu'awid). Jika pembeli merupakan orang kaya dan terpercaya (kredibel) dalam membayar kewajibannya, maka kemungkinan ia akan memperoleh tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak kredibel (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).
5. Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis uang yang digunakan sebagai alat pembayaran. Jika menggunakan jenis mata uang yang umum dipakai, maka kemungkinan harga relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan mata uang yang tidak umum atau kurang diterima secara luas.

Ibnu Taimiyah membedakan harga menjadi dua yaitu, harga yang adil/sah dan harga yang tidak adil. Harga yang adil/sah dibedakan oleh Ibnu Taimiyah menjadi harga yang setara dan kompensasi yang setara. Harga yang setara merupakan harga baku suatu barang dan jasa, dimana masyarakat menjual barang-barang mereka yang umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan barang itu pada waktu dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tempat tertentu.²⁶ Berdasarkan Pengertian harga menurut Ibnu Taimiyah maka secara umum dapat dianalisis secara spesifik beberapa indikator yang digunakan Ibnu Taimiyah dalam mekanisme penetapan harga, yaitu: Ada harga baku, Waktu yang khusus, Tidak ada unsur kecurangan.

Ibnu Taimiyah juga memberikan perhatian tentang hak dan keuntungan penjual. Beliau mengatakan bahwa penjual berhak memperoleh keuntungan yang dapat diterima secara umum tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya. Karena keuntungan merupakan bagian dari harga. Dari harga yang ditetapkan akan memperoleh keuntungan. Keuntungan yang adil adalah keuntungan normal yang diterima secara umum dan diperoleh dari berbagai macam model perdagangan tanpa saling merugikan. Dari perspektif ilmu ekonomi, Ibnu Taimiyah juga berpendapat bahwa kelangkaan barang yang menyebabkan naiknya harga semata bukan karena tindakan pihak-pihak tertentu akan tetapi ini terjadi karena kemahakuasaan Allah SWT yang telah menciptakan keinginan didalam hati manusia.²⁷

Seorang ekonom kontemporer dari Timur Tengah juga menguatkan pendapat Ibnu Taimiyah, yaitu Ahmad Fikri Nu'man dalam memahami masalah kenaikan dan penurunan harga.²⁸ Ibnu

²⁶ Dr. A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah* (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1997).

²⁷ Ibnu Taimiyah, *Majmu' al-Fatawa*, jilid VIII, Riyad: Maktabah al-Riyad, 2000. h. 583

²⁸ Ahmad Fikri Nu'man, *Al-Nadzoriyah Al-Iqtishadiyah Fi Al-Islam* (Beirut: Maktabah al-Islamiyah, 1995).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Taimiyah maupun Ahmad Fikri Nu'man mempunyai pendapat yang sama dalam memahami hadis Rasulullah mengenai penetapan harga, mereka mengisyaratkan adanya beberapa hal dalam penetapan harga, sebagai berikut:²⁹

1. Naik turunnya harga suatu komoditas perdagangan ditentukan oleh dinamika permintaan dan penawaran dalam suatu pasar.
2. Fluktuasi harga baik naik maupun turun dalam kurun waktu tertentu, tidak selalu dilatar belakangi oleh tindakan yang tidak adil dari beberapa pedagang, tetapi dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran
3. Harga merupakan titik pertemuan kesepakatan antara penjual dan pembeliyang dibangun atas pondasi kerelaan kedua belah pihak ketika bertransaksi.

d. Indikator Harga

Indikator harga adalah ukuran yang mencirikan harga suatu produk. Indikator harga yang umum digunakan adalah: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesesuaian harga dengan manfaat, Daya saing harga. Kotler dan Amstrong mengungkapkan bahwa didalam indikator harga terdapat beberapa unsur kegiatan utama tentang harga, indikator

²⁹ Ahmad Fikri Nu'man, al-Nadzoriyah al-Iqtishadiyah fi al-Islam, (Beirut:Maktabah al-Islamiyah, 1995. h.75

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tersebut meliputi:³⁰

- 1) Keterjangkauan Harga adalah keterjangkaun harga yang ditawarkan produsen kepada konsumen
- 2) Kekompetitifan Harga adalah harga bersaing dengan pesaing lain
- 3) Kesesuaian Harga Dengan Fasilitas
- 4) Kesesuaian Harga Dengan Pelayanan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilaksanakan tentu tidak akan lepas dari penelitian terdahulu sebagai acuan dan landasan terhadap arah dari penelitian ini. Kegunaannya untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sekaligus menjadi bahan perbandingan dan mengetahui gambaran untuk mendorong kegiatan penelitian. Berikut penulis akan menguraikannya serta perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini:

³⁰ Wulandari Dwitya Pratiwi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam’.” (Universitas Islam Negri Sumatra Utara, 2018).

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dan Persamaan
1.	Akmelia Lely Susanti, ³¹ 2023	Pengaruh Harga, Lokasi, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Di CV Ningrat Prasajo Kediri	Terdapat hubungan yang kuat antara harga, lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,933, menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Secara simultan, keempat variabel tersebut (harga, lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 313,481. Dari keempat variabel yang diuji, keragaman produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi tertinggi (4,881) dibandingkan variabel	Persamaan: sama-sama meneliti tentang pengaruh harga dan Keputusan Pembelian Perbedaan : penelitian terdahulu meneliti tentang variable lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan Dan terletak perbedaan pada tempat penelitian.

³¹ Akmelia Lely Susanti, "Pengaruh Harga, Lokasi, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Di CV Ningrat Prasajo Kediri," *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 1, no. 4 (2023): 234–44, <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i4.400>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan

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

Mimi S A³²,
2020

Tina
wijayanti³³,
2022

Pengaruh Harga,
Pelayanan, Lokasi,
Dan Keragaman
Produk Terhadap
Keputusan Pembelian
Pada Hypermart Puri
Indah Di Jakarta
Barat

Merek, Harga,
Lokasi, Kualitas
Produk Dan
Keputusan Pembelian
Menurut Perspektif

lainnya. Secara
keseluruhan, variabel-
variabel independen
dalam penelitian ini
mempengaruhi
keputusan pembelian
sebesar 93,3%,
sementara sisanya
sebesar 6,7%
dipengaruhi oleh faktor
lain di luar penelitian.

Harga, pelayanan,
lokasi, dan keragaman
produk secara bersama-
sama memberikan
pengaruh signifikan
terhadap keputusan
pembelian, dengan
hasil uji F
menunjukkan
signifikansi tinggi (p-
value < 0,05).
Berdasarkan hasil uji
R-square, variabel
harga, pelayanan,
lokasi, dan keragaman
produk menjelaskan
21,6% dari variasi
keputusan pembelian,
sedangkan 78,4%
dijelaskan oleh faktor
lain di luar penelitian
ini.

Secara bersama-sama,
citra merek, harga,
lokasi, dan kualitas
produk berpengaruh
signifikan terhadap

Persamaan: sama-sama
meneliti tentang
pengaruh harga dan
Keputusan Pembelian
Perbedaan : penelitian
terdahulu meneliti
tentang variable lokasi,
keragaman produk dan
kualitas pelayanan
Dan terletak perbedaan
pada tempat penelitian.

Persamaan: sama-sama
meneliti tentang
pengaruh harga dan
Keputusan Pembelian
ditinjau menurut

³² Mimi S A and Feliciania Daniaty, "Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat," *Jurnal Ekonomi* 22, no. 1 (2017): 124–31, <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.186>.

³³ Tina Wijayanti and Agus Eko Sujianto, "Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 5, no. 1 (2022): 32–41, <https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2048>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Islam	keputusan pembelian, seperti yang ditunjukkan melalui uji F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Berdasarkan analisis koefisien determinasi (R^2), variabel citra merek, harga, lokasi, dan kualitas produk mampu menjelaskan 32% dari keputusan pembelian, sementara 68% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.	ekonomi syariah Perbedaan : penelitian terdahulu meneliti tentang variable lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan
Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Local Dikota Palangka Raya	Penelitian ini memberikan hasil diantara dua variabel antara kualitas produk dan harga yang mempunyai pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian masyarakat pada WYD Distro Palangka Raya adalah variabel harga yaitu mempunyai pengaruh sebesar 79,4%, sedangkan pengaruh variabel kualitas produk hanya sebesar	Persamaan: sama-sama meneliti tentang pengaruh harga dan Keputusan Pembelian Perbedaan : penelitian terdahulu meneliti tentang variable lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan Dan terletak perbedaan pada tempat penelitian.

³⁴ Wahyu Akbar, Jeffry Tarantang, and Elda Mirnawati, "Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal Di Kota Palangka Raya," *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (2021): 96–105, <https://doi.org/10.55606/jaem.v1i1.217>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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.

Nabillah Syahwina

batubara

2023

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Di 212 Mart Medan Baru

69,6%. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis regresi juga diperoleh persamaan $Y = 1,777(Y) + 0,195(X1) + 0,669(X2)$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel harga (X2) memiliki koefisien regresi paling besar dibandingkan variabel kualitas produk (X1). Nilai koefesiensi sebesar 0,669 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel harga maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,669

Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 26.0. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap produk halal ($0,006 < 0,05$), Hasil pengujian

Persamaan: sama-sama meneliti tentang pengaruh harga dan Keputusan Pembelian ditinjau menurut ekonomi syariah
Perbedaan : penelitian terdahulu meneliti tentang variable lokasi,

³⁵ Nabilla Amirah, Hamda Sulfinadia, and Efirinaldi Efirinaldi, "Pembangunan Berkelanjutan (SDGs): Sociopreneur Zakat Produktif Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan," *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2024): 23, <https://doi.org/10.29300/aij.v10i1.2382>.

© 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.

			hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh harga terhadap produk halal ($0,001 < 0,05$). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap produk halal ($0,012 < 0,05$). Dari hasil koefisien determinasi diperoleh 0,509 atau 50,9% menunjukkan bahwa variasi nilai kualitas produk, harga produk dan keputusan pembelian mencerminkan nilai kehalalan produk. Sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya	keragaman produk dan kualitas pelayanan
6.	Febri Hardi Putra ³⁶ (2022)	Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Café Fou Fou Air Tiris Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah	Hasil penelitian menjelaskan hasil nilai t hitung variabel harga (X_1) diperoleh sebesar 5,611 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sementara ttabel pada $N = 85$ dan nilai alpha 5% diperoleh t tabel sebesar 1,989, t hitung ($5,611 > 1,989$) berarti signifikan. Hasil ini memberikan arti bahwa variabel harga	Persamaan: Yaitu sama-sama meneliti persoalan atau permasalahan Harga dan Keputusan Pembelian ditinjau menurut ekonomi syariah Perbedaan: Perbedaananya terletak pada objek tempat peneliti meneliti di Cafe Uda Owl

³⁶ Febri Hardi Putra, "Pengaruh Harga, Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Fou Fou Air Tiris Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah," 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

		terbukti mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Stadion Café Bangkinang Café. Hal ini dapat dilihat karena nilai signifikansi variabel harga lebih rendah Daripada nilai alpha yaitu $0,000 < 0,050$.	
Ilham Rahmat ³⁷ (2018)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat	Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2 Square) variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar $R^2 = 0,821$ atau 82,1%. Variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Dari penelitian, menunjukkan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,523 > 2,014$). Dan kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam	Persamaan: Yaitu sama-sama meneliti persoalan atau permasalahan Harga dan Keputusan Pembelian Perbedaan: Perbedaananya terletak pada objek tempat peneliti meneliti di Cafe Uda Owl dan tidak berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah

³⁷ Ilham Rahmat, "Influence of Price, Product Quality, Location and Promotion on Purchasing Decisions of Cinta Air Hitam Langkat Chips," *Digital Business Tren Bisnis Masa Depan* 14, no. 1 (2023): 7-15, <https://doi.org/10.59651/digital.v14i1.52>.

© 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.

		Langkat. Hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($5,120 > 2,014$). Sedangkan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih kecil dari t tabel ($-1,035 < 2,014$). Dan begitu juga dengan Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,389 < 2,014$).		
8.	Ni Putu Rossiana Diana Putri, ³⁸ 2023	Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Panamena Coffee Dan Eatery	Ada pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Panamena Coffee & Eatery”. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil $R^2_{yx1x2} = 0,756$ dengan $p\text{-value } 0,000 < \alpha (\alpha) 0,05$, hal ini menyatakan bahwa menolak H_0	Persamaan: Yaitu sama-sama meneliti persoalan atau permasalahan Harga dan Keputusan Pembelian Perbedaan: Perbedaannya terletak pada objek tempat peneliti meneliti di Cafe Uda Owl dan tidak berdasarkan Perspektif Ekonomi

³⁸ N P R D Putri and N Y Yulianthini, “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Di Panamena & Eatery,” *Prospek : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 2 (2023): 165–71.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

		yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan dari Harga (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan sumbangan pengaruh sebesar 57,2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 57,2% Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh Harga (X1) dan Lokasi (X2). Sedangkan sisanya sebesar 42,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.	Syariah
9. Mulyadi	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Nanostore Di Kabupaten Subang	Hasil dari penelitian diperoleh bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga memiliki kontribusi sebesar 24,4% terhadap keputusan pembelian konsumen pada nanostore di Kabupaten Subang, Indonesia. Sedangkan, 75,6%%	Persamaan: sama-sama meneliti tentang pengaruh harga dan Keputusan Pembelian ditinjau menurut ekonomi syariah Perbedaan : penelitian terdahulu meneliti tentang variable lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan

³⁹ Yohana Halena and Sari Yovita, "International Journal Administration , Business & Organization," *International Journal Administration, Business & Organization* 1, no. 3 (2020): 45-53.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

			lainnya merupakan kontribusi dari variabel yang tidak terdapat pada penelitian ini seperti kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini serupa dengan beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa harga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya, hasil uji hipotesis memperoleh nilai thitung 5,675. Nilai thitung yang lebih tinggi dari ttabel (5,675 > 1,98397) menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.	
10.	Muhammad syahrir hidayat, ⁴⁰ 2021	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota	Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi oleh banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, dan sampai saat ini tidak ada faktor	Persamaan: Yaitu sama-sama meneliti persoalan atau permasalahan Harga dan Keputusan Pembelian Perbedaan: Perbedaan

⁴⁰ Muhamad Syahrir Hidayat, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik," *Performa* 6, no. 4 (2021): 360–69, <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>.



© 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.

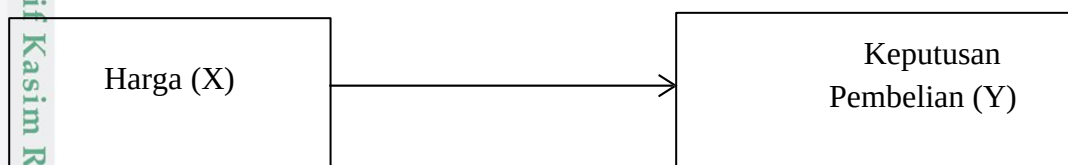
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gersik	tetap yang dapat dinyatakan sebagai penyebab pasti terjadinya keputusan pembelian. Dalam penelitian kali ini menghasilkan diterimanya hipotesis 1 yaitu Kualitas Produk dan hipotesis 3 yaitu Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan untuk hipotesis 2 yaitu Harga, hipotesis 4 yaitu Promosi dan hipotesis 5 yaitu Kualitas Layanan ditolak karena tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian	terletak pada objek tempat peneliti meneliti di Cafe Uda Owl dan tidak berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah
--------	--	---

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teori yang telah diuraikan di atas, maka dalam hal ini dapat digambarkan kerangka teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir dalam penelitian ini. Kerangka berfikir menurut Suriasoemantri, kerangka berfikir adalah penjelasan untuk memaparkan dan menyusun semua gejala yang ada di dalam suatu penelitian untuk diselesaikan sesuai kriteria yang telah dibuat, apakah variabel (harga) X berpengaruh terhadap variabel (pembelian) Y

Tabel 2. 2
Kerangka Pemikiran





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. 3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X)	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan suatu produk	1. Keterjangkauan Harga 2. Kekompetitifan Harga 3. Kesesuaian Harga dengan Fasilitas 4. Kesesuaian Harga dengan Pelayanan	Likert 1-5
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan kesadaran diri atas ketertarikan dalam memilih penyelesaian masalah pada kegiatan manusia guna memenuhi keinginan dan kebutuhan yang telah dipertimbangkan dengan matang, yang diharapkan akan memuaskan keinginan dan kebutuhannya	1. Sesuai Kebutuhan 2. Mempunyai Manfaat 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang	Likert 1-5

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho = Diduga harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Uda Owl.

Ha = Diduga harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Uda Owl.

F. Profil Cafe Uda Owl

Cafe uda owl berdiri pada tanggal 3 Mei 2020 dan didirikan oleh Rozi Saputra yang beralamat di Hr. Soebrantas No. 18a, Tuah Karya, Kec. Tampan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Kota Pekanbaru. Cafe Uda Owl ini menjual berbagai makanan dan minuman, dan teh telur menjadi minuman favorit yang paling laris dan menjadi daya tarik pembeli. Tentunya dalam menjual makanan dan minuman Cafe Uda Owl memberikan harga yang pas di kantong mahasiswa sehingga banyak mahasiswa yang tertarik untuk datang ke cafe ini. Cafe yang didirikan Rozi Saputra ini terinspirasi dari perubahan gaya hidup anak muda yang suka nongkrong di cafe.

Lingkungan Cafe Uda Owl berada di tengah-tengah 2 kampus besar di Pekanbaru, yakni Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau. Dan hal tersebut menjadi peluang bagi Cafe untuk menarik calon pembeli nya. Letaknya yang strategis dan menjadi Cafe yang banyak dikunjungi, disebabkan oleh faktor harga yang kompetitif yang coba ditawarkan oleh Cafe Uda Owl nampaknya membuahkan hasil. Hal ini terbukti dari para pelanggannya yang menyatakan bahwa berbelanja di Cafe Uda Owl harganya lebih murah dibandingkan dengan cafe lainnya. Itu sebabnya setiap hari Cafe Uda Owl didatangi para konsumen baik dari orang mahasiswa maupun masyarakat disekitarnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dikatakan penelitian kuantitatif karena cara pengambilan datanya menggunakan statistik dan berupa angka-angka. Tujuan penelitian kuantitatif adalah menemukan hubungan antar variabel yang diuji, menguji teori, dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif.⁴¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan penelitian. Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini, yaitu di Jl. Hr. Soebrantas No. 18 a, Buah Karya, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru.

Alasan memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian dikarenakan harga dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian saat mengunjungi Cafe Uda Owl.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

⁴¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kesimpulannya.⁴² Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen Cafe Uda Owl.

2. Sampel

Sampel merupakan subset bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa populasi. Sampel ini diambil karena dalam banyaknya kasus tidak memungkinkan peneliti meneliti seluruh populasi yang ada.

Untuk menentukan jumlah minimal responden pada penelitian ini menggunakan rumus Lameshow karena jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak diketahui atau tidak terhingga. Rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{d^2}$$

- n = jumlah sampel yang dibutuhkan
 Z^2 = nilai standar dari distribusi $\alpha = 5\% = 1,96$
 P = prevalensi outcome, karena data belum didapat maka dipakai 50%
 (0.5)
 Q = $1 - P = 1 - 0,5 = 0,5$
 d = alfa (0,10)/ besar toleransi kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,10^2} \\
 &= \underline{\underline{0,9604}}
 \end{aligned}$$

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cet. Ke-27 (Bandung: Alfabeta, 2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

0,01

$\therefore = 96,4$

Jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan hasil rumus diatas yaitu sebanyak 96,04 dibulatkan menjadi 96 responden yaitu masyarakat yang berkunjung di Cafe Uda Owl.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber dalam hal ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, identitas responden dan pendapat responden tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe Uda Owl berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui perpustakaan, jurnal dan hasil ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe Uda Owl berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dari berbagai keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, penelitian menggunakan teknik sebagai berikut:⁴³

⁴³ F. J Fowler, *Survey Research Methods* (Sage Publications, 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data, instrumennya disebut sesuai dengan nama metodenya. Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis, tujuannya untuk memperoleh informasi responden tentang apa yang ia alami dan ketahuinya.⁴⁴ Dengan menyebarkan pernyataan atau kuesioner kepada responden cafe uda owl.

Pembagian kuesioner bertujuan untuk mengetahui pendapat responden mengenai Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Uda Owl berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah. Pernyataan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Setiap butir pernyataan disertai lima jawaban dengan menggunakan skala skor nilai.

2. Dokumentasi

Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi ini dilakukan untuk mengakses informasi yang diperoleh dan dapat memberikan konteks latar belakang yang penting dalam sebuah penelitian. Dokumentasi ini sangat bervariasi, diantaranya dokumen resmi yang berupa laporan pemerintah, kebijakan hukum dan dokumen hukum yang diterbitkan. Kemudian, dokumentasi yang berbentuk artikel ilmiah, dokumentasi berbentuk buku

⁴⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

monograf, dokumentasi sejarah seperti penjabaran penelitian terdahulu yang terkait, dan dokumentasi berbentuk media massa.

Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini berupa dokumen resmi, yaitu surat-surat penelitian. Dokumentasi sejarah yang berupa penelitian-penelitian terdahulu. Dan dokumentasi media massa yang berupa pengambilan gambar ketika pengumpulan data penelitian

F Teknik Analisis Data

1. Uji Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel-variabel mandiri, tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain, suatu penelitian yang berusaha menjawab pertanyaan. Dengan demikian, deskriptif adalah penggambaran yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status atau gejala mengenai status atau gejala mengenai populasi atau daerah tertentu, atau menentukan fakta berdasarkan cara pandang (kerangka berpikir tertentu pada saat penelitian dilakukan).⁴⁵

Analisis deskriptif yang digunakan guna mengetahui pengaruh variabel X dan variabel Y diukur dengan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban pada setiap butir pertanyaan dalam skala ini dapat berupa kata-kata seperti:

⁴⁵ Abdullah, *Berbagai Metodologi Dalam Penelitian Pendidikan Dan Manajemen* (Samata-Gowa: CV. Gunadarma Ilmu, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Sangat setuju diberi skor 5
- b. Setuju diberi skor 4
- c. Kurang setuju diberi skor 3
- d. Tidak setuju diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju diberi skor 1

Data yang sudah dipresentasikan kemudian direkapitulasi dan diberi kriteria sebagai berikut:

- a. 80%-100% dikategorikan baik sekali
- b. 66%-79% dikategorikan baik
- c. 56%-65% dikategorikan cukup
- d. 40%-55% dikategorikan kurang
- e. 30%-39% dikategorikan gagal.

Sedangkan yang dimaksud dengan analisis kuantitatif adalah yang dimana sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.⁴⁶ Dimana teknik analisis ini dimaksudkan untuk melihat apakah ada Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe Uda Owl berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

Yang dimana dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden yang berkunjung di Cafe Uda Owl, maka perlu pengolahan data dengan menggunakan program SPSS Dimana analisis yang digunakan adalah analisis statistik regresi linier sederhana.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, Op.,Cit, h. 12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Uji Validitas Data

Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kebenaran angket yang akan disebutkan kepada responden sebagai pengumpulan data. Rumus yang digunakan untuk uji validitas adalah teknik korelasi *Product moment*, dengan menggunakan program SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejumlah mana hasil pengukuran tetap konsisten, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Teknik atau rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Menggunakan program SPSS.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yakni Uji Normalitas. Berikut dibawah ini akan dijelaskan masing-masing:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel moderating atau keduanya telah terdistribusikan secara normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependent). Regresi linear dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu regresi linier sederhana dan linier berganda. Regresi sederhana adalah persamaan regresi yang menggambarkan dan menjelaskan pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana hubungan keduanya dapat digambarkan sebagai suatu garis lurus. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + Bx + e \text{ Keterangan:}$$

Y : Nilai yang diprediksikan

X : Nilai Variabel independen

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

e : Variabel lain yang tidak diteliti

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen (terikat) adalah keputusan pembelian konsumen dan variabel independen (bebas) adalah Harga.

5. Uji Hipotesis Penelitian

- a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial. Kriteria pengujian tingkat signifikan (α)=0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat..

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (Harga) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Keputusan Pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 dengan nilai R^2 yang tinggi berkisar antara 0,6 sampai 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.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Café Uda Owl Berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah “ adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menemukan secara parsial Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di café Uda Owl dengan nilai $t_{hitung} 14,004 < t_{tabel} 0.67711$. Dan secara simultan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di café Uda Owl dengan nilai $f_{hitung} 196,188 > f_{tabel} 3,94$ dan nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,676 artinya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 67,6% sedangkan 32,4% dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Café Uda Owl telah sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini tercermin dari penerapan prinsip penetapan harga yang transparan dan berorientasi pada keadilan, yang memastikan tidak ada unsur manipulasi atau eksploitasi dalam setiap transaksi. Salah satu praktik signifikan yang mendukung hal ini adalah konsistensi Café Uda Owl dalam mencatat setiap transaksi dengan baik, sehingga dapat menghindari unsur ketidakpastian (gharar) dan menjaga kepercayaan konsumen. Selain itu, Café Uda Owl juga menunjukkan kesadaran mendalam terhadap pentingnya konsumsi yang memiliki nilai masalah. Konsumen di café ini tidak hanya membeli makanan atau

minuman, tetapi juga mempertimbangkan aspek keberkahan dalam setiap keputusan pembelian, yang sejalan dengan prinsip menghindari pemborosan (*israf*). Dengan demikian, pengelolaan harga dan pendekatan transaksi di Café Uda Owl mendukung terciptanya konsumsi yang bertanggung jawab dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan diatas maka dapat diberikan beberapa saran antara lain:

1. Bagi pelaku usaha, dengan adanya penelitian ini diharapkan para pelaku usaha dapat selalu mengusahakan dalam bertransaksi agar selalu sesuai dengan prinsip syariah.
2. Bagi konsumen, Hindari pembelian yang bersifat konsumtif atau berlebihan (*israf*). Prioritaskan kebutuhan daripada keinginan untuk mendukung pola konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam, dan membantu meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan umpan balik yang jujur dan konstruktif mengenai harga, kualitas produk, atau pelayanan. Hal ini membantu cafe untuk terus meningkatkan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi sebagai bahan penelitian yang akan datang dengan menambah data dan objek yang luas dan memperluas variabel-variabel yang berbeda yang dapat mengarah pada penelitian yang sempurna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

DAFTAR PUSTAKA

- Mimi S, and Feliciana Daniaty. "Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat." *Jurnal Ekonomi* 22, no. 1 (2017): 124–31. <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.186>.
- Abdullah. *Berbagai Metodologi Dalam Penelitian Pendidikan Dan Manajemen*. Samata-Gowa: CV. Gunadarma Ilmu, 2018.
- Afrida Pratiwi, Dedi Junaedi dan Agung Prasetyo. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Market Cikaret." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2019, h150-159.
- Akbar, Wahyu, Jefry Tarantang, and Elda Mirnawati. "Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal Di Kota Palangka Raya." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (2021): 96–105. <https://doi.org/10.55606/jaem.v1i1.217>.
- At, Andrian et. *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri, Cet. Ke-1, 2022.
- Amirah, Nabilla, Hamda Sulfinadia, and Efirnaldi Efrinaldi. "Pembangunan Berkelanjutan (SDGs): Sociopreneur Zakat Produktif Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan." *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2024): 23. <https://doi.org/10.29300/aij.v10i1.2382>.
- Awalia, R. "Pemikiran Ekonomi Ibn Taimiyah." *Jurnal: Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*., 2003, h.69-70.
- Dkk, Darnilawati. *Manajemen Pemasaran*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

2023.

Febri Hardi Putra. “Pengaruh Harga, Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Fou Fou Air Tiris Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah,” 2023.

Fowler, F. J. *Survey Research Methods*. Sage Publications, 2014.

Halena, Yohana, and Sari Yovita. “International Journal Administration , Business & Organization.” *International Journal Administration, Business & Organization* 1, no. 3 (2020): 47–53.

Hidayat, Muhamad Syahrir. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik.” *Performa* 6, no. 4 (2021): 360–69.
<https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>.

Irwandi. “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makan Dan Minum Di Stadion Cafe Kelurahan Langgini Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.” (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), 2023, h. 47.

Islahi, Dr. A. A. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1997.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009.

Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV. Alfabeta, Cet. Ke-2, 2018.

Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2012.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Mankiw. *Principles of Economics*. Cengage Learning., n.d.

Musyawahar, Irdha Yanti. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (RJA).” *Jurnal of Economic, Management, and Accounting* Vol 1, no. No. 1 (2020): h 52.

Nu'man, Ahmad Fikri. *Al-Nadzoriyah Al-Iqtishadiyah Fi Al-Islam*. Beirut: Maktabah alIslamiyah, 1995.

Putri, N P R D, and N Y Yulianthini. “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Di Panamena & Eatery.” *Prospek : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 2 (2023): 165–71.

Rahmat, Ilham. “Influence of Price, Product Quality, Location and Promotion on Purchasing Decisions of Cinta Air Hitam Langkat Chips.” *Digital Business Tren Bisnis Masa Depan* 14, no. 1 (2023): 7–15.
<https://doi.org/10.59651/digital.v14i1.52>.

Ri, Departemen. “Al-Qur’an Dan Terjemah.” *Cordoba*, 2020.

Rivai, Veitzhal. *Islamic Bussiness and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*,. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

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

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cet. Ke-27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Bandung: ALFABETA, 2017.
- . *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2019.
- Susanti, Akmelia Lely. “Pengaruh Harga, Lokasi, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Di CV Ningrat Prasajo Kediri.” *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 1, no. 4 (2023): 234–44.
<https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i4.400>.
- Taimiyah, Ibnu. *Al-Hisbah*. Cairo: Darul Sya’b, 1976.
- Tina Wijayanti, and Agus Eko Sujianto. “Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam.” *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 5, no. 1 (2022): 32–41.
<https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2048>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Winardi. *Asas-Asas Marketing*. Bandung: Mandar Maju., 1993.
- Wulandari Dwitya Pratiwi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam’.” Universitas Islam Negri Sumatra Utara, 2018.
- Wulandari, Elvina Endah Puspa. “Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu.” *JEMS: Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains* Vol 2, no. No. 1 , (2021): h 76.

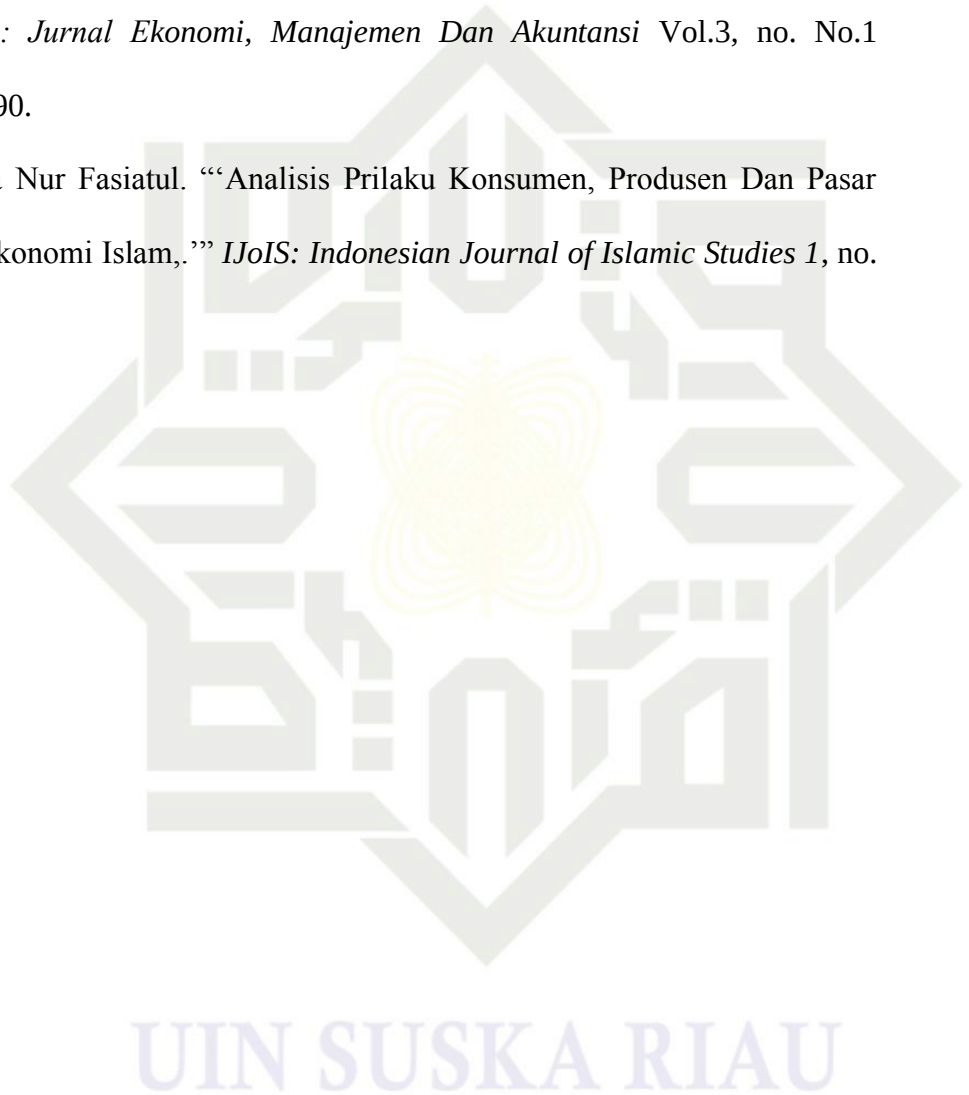
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Yenni. "Teori Pengambilan Keputusan." *Jurnal Al-Karim*, 2020, h 13-28.

Yunita, N. R Sumarsono, H., & Farida, U. "“ Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)’.” *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* Vol.3, no. No.1 (n.d.): h 90.

Zannah, Tiara Nur Fasiatul. "“Analisis Prilaku Konsumen, Produsen Dan Pasar Dalam Ekonomi Islam,.”” *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (n.d.).





LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembaran Kuesioner

Kepada

Yth.

Bapak/Ibu/

Saudara/i

Ditempat

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Maedji Hasan Bukhori mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CAFE UDA OWL BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**

Saya bermaksud mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner ini yang terkait dengan topik penelitian yang dilakukan. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon ketersediaan Bapak/Ibu untuk menjawab kuesioner berupa pertanyaan yang telah disediakan. Jawaban Bapak/Ibu diharapkan objektif, sesuai kenyataan dilapangan. Data dan identitas Bapak/Ibu akan dijaga kerahasiaannya. Atas ketersediaan dan kerjasama Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Maedji Hasan Bukhori
NIM. 12020515438

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. BIODATA RESPONDEN

Nama :
 Jenis kelamin : ☐ Laki laki ☐ Perempuan
 Usia : Tahun
 Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda centang (✓) untuk mengisi pertanyaan yang Bapak/Ibu/Saudara/i pilih sesuai dengan pendapatan dan perasaan, bukan berdasarkan pendapat umum atau pendapat orang lain. Adapun Makna tanda kolom adalah sebagai berikut :

- SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 N = Netral
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

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

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

HARGA (X)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
Keterjangkauan Harga						
1.	Saya merasa harga produk di Cafe Uda Owl terjangkau bagi konsumen seperti saya..					
2	Harga yang ditawarkan di Cafe Uda Owl tidak memberatkan pengeluaran saya					
Kekompetitifan Harga						
3	Harga produk di Cafe Uda Owl lebih murah atau sebanding dengan harga di cafe lain.					
4	Harga di Cafe Uda Owl membuat saya merasa lebih untung dibandingkan membeli di tempat lain.					
Kesesuaian Harga dengan Fasilitas						
5	Produk yang saya beli di Cafe Uda Owl memiliki kualitas yang sesuai dengan harga yang saya bayarkan.					
6	Saya merasa harga produk di Cafe Uda Owl mencerminkan kualitas yang diberikan.					
Kesesuaian Harga dengan Pelayanan						
7	Pelayanan yang saya terima di Cafe Uda Owl sebanding dengan harga produk yang ditawarkan.					
8	Saya merasa harga yang ditetapkan di Cafe Uda Owl mencerminkan standar pelayanan yang diberikan.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
	Sesuai kebutuhan					
1.	Harga produk di Cafe Uda Owl sesuai dengan kebutuhan saya sebagai konsumen.					
2.	Produk yang ditawarkan di Cafe Uda Owl memiliki harga yang sesuai dengan pilihan-pilihan saya					
	Mempunyai Manfaat					
3.	Produk yang saya beli di Cafe Uda Owl memberikan manfaat yang sesuai dengan harga yang dibayarkan					
4.	Saya merasa puas karena harga produk di Cafe Uda Owl memberikan manfaat yang nyata bagi saya.					
	Ketepatan dalam pembelian					
5.	Saya jarang menyesali pembelian produk di Cafe Uda Owl karena harga yang sesuai.					
6.	Harga produk di Cafe Uda Owl membantu saya membuat keputusan pembelian yang tepat.					
	Pembelian berulang					
7.	Saya cenderung membeli produk di Cafe Uda Owl secara berulang karena harga yang ditawarkan sesuai.					
8.	Harga di Cafe Uda Owl mendorong saya untuk terus menjadi pelanggan setia.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran 2 : Tabulasi Kuesioner Harga (X)

HARGA								Total
HA 1	HA 2	HA 3	HA 4	HA 5	HA 6	HA 7	HA 8	
5	5	5	4	4	3	5	5	36
4	5	4	5	3	3	5	4	33
3	5	5	5	4	4	4	4	34
4	4	3	5	4	4	4	3	31
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	4	2	4	4	5	4	4	30
5	3	3	4	5	3	4	4	31
4	4	5	1	2	2	2	3	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	5	4	4	5	37
4	5	3	4	4	3	5	4	32
5	5	4	4	4	4	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	4	4	4	4	5	36
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	4	5	5	5	5	39
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	5	3	4	4	4	4	5	33
5	4	4	4	4	5	4	4	34
5	4	4	4	4	5	5	4	35
4	4	4	4	3	5	4	4	32
5	5	5	5	4	4	4	5	37
4	4	5	4	4	4	3	4	32
4	4	4	4	2	3	5	5	31
5	5	4	5	5	5	5	5	39
3	2	1	1	3	3	4	2	19
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	4	5	4	4	4	4	4	34
4	5	2	4	4	2	4	4	29
3	3	5	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	3	4	4	4	28
4	3	2	4	4	4	4	5	30
5	5	5	4	5	4	4	5	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

4	4	4	2	4	3	5	4	30
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	5	4	5	4	3	4	5	34
3	2	3	3	1	2	3	3	20
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	3	3	4	5	5	31
4	4	5	5	5	3	5	4	35
2	4	4	4	3	4	4	5	30
5	5	5	4	4	4	4	3	34
4	5	5	4	5	4	4	4	35
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	3	5	5	4	5	34
4	4	5	4	3	5	4	5	34
3	4	2	3	4	4	4	3	27
3	2	4	3	3	2	3	3	23
3	4	5	4	3	5	4	4	32
4	2	4	4	3	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	3	38
4	3	4	4	4	3	4	3	29
3	3	2	2	3	3	1	1	18
4	4	5	4	4	5	5	4	35
4	4	5	5	5	4	4	5	36
4	3	4	2	4	4	2	4	27
4	5	5	5	4	4	4	4	35
3	3	4	3	5	3	4	4	29
5	4	4	4	4	5	5	4	35
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	4	5	4	5	5	4	5	36
2	2	4	4	5	5	4	3	29
4	3	5	4	4	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	4	4	38
1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	4	4	5	5	5	5	5	38
3	2	3	3	2	3	1	1	18
3	4	3	5	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	5	4	4	5	4	4	34
4	4	4	4	5	4	5	4	34
3	4	5	5	3	4	4	2	30
4	4	5	5	4	3	3	4	32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5	4	4	5	4	4	5	3	34
3	4	4	3	4	5	5	3	31
4	4	4	5	4	4	3	4	32
5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	4	3	5	4	4	3	4	31
4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	5	5	4	5	4	4	36
4	5	4	3	4	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	5	3	32
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	4	4	3	4	5	5	4	33
5	5	5	4	4	5	5	4	37
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	4	4	3	4	3	5	4	32
4	4	5	5	5	5	4	4	36
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	4	5	4	4	5	4	5	36

TABULASI JAWABAN KUESIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

KEPUTUSAN PEMBELIAN								Total
KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	
5	5	5	5	4	4	3	4	35
3	4	4	5	3	5	4	4	32
2	5	5	2	3	3	5	3	28
5	4	3	4	3	5	5	5	34
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	5	4	4	3	3	3	4	30
5	3	5	3	3	5	5	2	31
3	3	3	2	3	3	2	2	21
4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	4	3	5	4	5	5	3	34
4	4	4	5	4	4	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	4	5	3	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	4	4	4	4	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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	5	5	4	5	5	5	5	38
1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	3	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	5	4	35
4	4	5	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	4	4	5	2	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	5	3	3	32
5	5	4	5	5	5	5	5	39
3	3	2	1	5	4	4	3	25
5	4	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	4	4	4	33
3	4	3	3	4	5	3	4	29
4	3	5	4	4	4	3	3	30
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	3	4	3	4	4	3	29
3	3	5	4	4	4	4	4	31
2	3	4	4	4	4	3	4	28
3	4	3	4	2	4	4	4	28
2	3	4	4	2	4	4	4	27
4	4	5	5	4	4	5	5	36
3	2	3	3	2	3	3	3	22
3	2	2	4	3	4	4	4	26
2	3	5	3	3	5	4	5	30
4	4	5	4	4	5	5	4	35
2	2	4	2	4	4	3	4	25
5	3	4	3	3	5	3	3	29
4	4	4	5	5	4	3	3	32
3	3	4	4	2	4	4	5	29
2	3	2	3	3	5	3	3	24
3	3	4	4	3	4	4	4	29
2	3	4	4	2	4	4	4	27
3	2	3	2	2	2	3	3	20
3	4	4	4	3	4	4	4	30
4	3	4	2	4	2	5	4	28
5	3	5	3	4	5	5	4	34
4	3	4	5	4	4	4	4	32
2	3	3	2	1	1	1	1	14
3	4	4	5	4	5	5	3	33
2	5	5	3	3	3	3	3	27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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	4	3	4	5	4	4	4	33
4	3	3	4	4	3	3	4	28
4	4	3	4	4	4	4	4	31
3	4	5	4	5	4	3	4	32
4	3	4	4	3	4	4	5	31
3	3	3	3	4	3	3	3	25
2	2	2	4	3	3	4	2	22
4	3	4	4	4	3	4	3	29
2	3	3	2	3	5	4	5	27
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	3	3	4	3	3	3	27
3	3	2	3	5	3	2	3	24
4	4	3	3	5	3	4	4	30
4	4	3	3	3	3	3	4	27
2	1	1	1	1	1	1	1	9
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	4	4	4	3	3	4	3	28
4	3	4	4	4	5	4	5	33
4	3	5	4	4	4	4	3	31
4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	3	4	4	3	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	3	4	30
5	5	5	3	4	5	4	4	35
5	4	3	5	4	5	3	5	34
3	3	5	4	5	4	3	3	30
3	4	4	5	4	4	3	5	32
5	4	5	3	5	5	5	5	37
4	4	5	4	4	4	5	4	34
3	3	4	4	4	4	4	4	30
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	4	5	4	4	5	3	33
5	5	4	4	4	4	4	4	34
3	3	4	4	4	4	3	4	29
3	4	4	4	5	5	4	3	32
4	4	4	5	4	5	3	5	34
3	3	4	3	4	5	3	4	29
4	4	5	3	4	5	5	4	34
5	4	5	4	5	4	4	4	35

Lampiran 3 : Hasil dan Olahan data SPSS Uji Validitas Harga(X)

		Correlations								
		HA1	HA2	HA3	HA4	HA5	HA6	HA7	HA8	Total_Harga
HA1	Pearson Correlation	1	.713**	.610**	.567**	.653**	.548**	.616**	.651**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
HA2	Pearson Correlation	.713**	1	.616**	.650**	.645**	.567**	.622**	.652**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
HA3	Pearson Correlation	.610**	.616**	1	.592**	.563**	.598**	.507**	.592**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
HA4	Pearson Correlation	.567**	.650**	.592**	1	.631**	.577**	.581**	.587**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
HA5	Pearson Correlation	.653**	.645**	.563**	.631**	1	.671**	.614**	.622**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
HA6	Pearson Correlation	.548**	.567**	.598**	.577**	.671**	1	.595**	.567**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
HA7	Pearson Correlation	.616**	.622**	.507**	.581**	.614**	.595**	1	.664**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
HA8	Pearson Correlation	.651**	.652**	.592**	.587**	.622**	.567**	.664**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total_Harga	Pearson Correlation	.823**	.842**	.787**	.801**	.830**	.790**	.799**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Total_Keputusan_pembelian
KP1	Pearson Correlation	1	.587**	.451**	.534**	.586**	.523**	.520**	.507**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KP2	Pearson Correlation	.587**	1	.589**	.592**	.583**	.541**	.491**	.562**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KP3	Pearson Correlation	.451**	.589**	1	.522**	.518**	.550**	.592**	.518**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KP4	Pearson Correlation	.534**	.592**	.522**	1	.501**	.573**	.505**	.581**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KP5	Pearson Correlation	.586**	.583**	.518**	.501**	1	.568**	.485**	.521**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KP6	Pearson Correlation	.523**	.541**	.550**	.573**	.568**	1	.593**	.673**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KP7	Pearson Correlation	.520**	.491**	.592**	.505**	.485**	.593**	1	.564**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
KP8	Pearson Correlation	.507**	.562**	.518**	.581**	.521**	.673**	.564**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total_Keputusan_pembelian	Pearson Correlation	.760**	.791**	.762**	.775**	.764**	.808**	.766**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Uji Reabilitas Harga (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	8

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	8

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



Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.59616249
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.063
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.139 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Regresi Linier Berganda Dan Uji Parsial (T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.126	1.811	2.830	.006
	Total_Harga	.785	.056	.822	.000

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_pembelian

Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.676	.673	3.615

a. Predictors: (Constant), Total_Harga

b. Dependent Variable: Total_Keputusan_pembelian

Lampiran 4 ; Dokumentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

