

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Zaman sekarang ini busana tidak hanya sebatas kebutuhan untuk menutup aurat saja, namun busana kebutuhan untuk berpenampilan terlihat sekali saat ini mengenakan busana muslim menjadi fenomena yang sangat luar biasa, didukung dengan adanya tren busana yang berubah-ubah, semakin inovatif, bervariasi dan beragam. Hal tersebut sangat mendukung bagi para kaum muslim untuk berkomitmen menggunakan busana muslim.

Persaingan bisnis juga semakin ketat karena setiap perusahaan ingin memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumennya. Perusahaan berusaha memenuhi keinginan konsumen yang setiap saat dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman. Perusahaan harus bisa memasarkan produk atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Kepuasan konsumen adalah tujuan utama suatu perusahaan. Dengan munculnya kepuasan konsumen baik dalam hal pembelian maupun layanan, konsumen cenderung akan kembali lagi berbelanja dan bahkan dapat berbicara tentang kebaikan perusahaan/toko kepada orang lain. Salah satu bisnis yang banyak bermunculan saat ini adalah bisnis pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan setiap orang yang tak dapat ditinggalkan.

Masyarakat di Indonesia telah mengenal tren model pakaian. Berbagai model pakaian pada akhirnya mengalami perkembangan untuk memenuhi

keinginan konsumen. Pada zaman yang sudah maju ini mulai berkembang toko/galeri pakaian yang menjual produk-produk busana muslim dan alat shalat.

Bisnis busana muslim mulai diminati karena telah banyak orang tertarik dengan busana muslim yang modis, sehingga berbusana muslimpun tidak lagi dianggap kuno dan ketinggalan zaman. Meskipun telah banyak toko/galeri yang menawarkan produk-produk busana muslim, namun tidak semua busana muslim yang dijual bisa dikatakan *kaffah*. Busana merupakan busana/pakaian yang digunakan untuk menutup aurat pemakainya, sementara busana muslim yang *kaffah* merupakan busana muslim yang dapat menutup aurat sesuai dengan tuntutan hukum agama. Setiap konsumen bisa mendapatkan busana muslim yang *kaffah* dan modis, akan tetapi busana muslim yang modis belum tentu *kaffah*. Dikatakan modis tapi tidak *kaffah* karena busana muslim tersebut menutup aurat namun masih dapat memperlihatkan lekuk tubuh atau tembus pandang bagi pemakainya. Pakaian mempunyai dua fungsi dalam pandangan Islam, yaitu sebagai alat untuk menutup aurat serta sebagai perhiasan bagi pemakainya. Ayat Alquran yang menjelaskan kedua fungsi tersebut yaitu:

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰيكَمۡ لِبَاسًا يُؤۡرِي سَوۡءَتِكُمۡ وَّرِيۡشًا وَّلِبَاسًا التَّقۡوٰى ذٰلِكَ خَيۡرٌ ذٰلِكَ مِّنۡ اٰيٰتِ  
اَللّٰهِ لَعَلَّهُمۡ يَذَّكَّرُوۡنَ

*“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”* (Kementrian Agama Republik Indonesia, 2017, hlm. 153)

Sesuai dengan firman Allah swt di atas menjelaskan kepada umat muslim untuk berpakaian untuk menutup aurat agar terhindar dari zinah mata dan

sekaligus memperindah bagi orang yang memakainya karena Allah swt menyukai segala bentuk keindahan.

Bisnis busana muslim merupakan salah satu usaha yang sangat cepat perkembangannya di Indonesia. Selain didukung oleh jumlah penduduk muslim yang mayoritas, juga ditunjang oleh model yang terus berkembang dan variatif. Dengan demikian, terjadi peningkatan permintaan terhadap busana muslim, yang diiringi dengan peningkatan usaha-usaha yang bergerak dibidang ritel busana muslim di berbagai kota yang ada di Indonesia khususnya Kota Banjarmasin. Banjarmasin merupakan kota yang memiliki jumlah penduduk mayoritas beragama Islam sehingga di Banjarmasin banyak kegiatan keagamaan yang mana membuat Kota Banjarmasin banyak bermunculan toko-toko atau galeri yang menyediakan pakaian muslim serta perlengkapan alat sholat untuk memenuhi permintaan masyarakat yang beragama Islam untuk kegiatan ibadah dan keagamaan di Banjarmasin.

Saat ini galeri sudah menjamur di berbagai kota besar di Indonesia. Banjarmasin adalah salah satu kota yang memiliki galeri busana muslim yang cukup banyak. Galeri adalah selasar atau tempat, dapat pula diartikan sebagai tempat yang memamerkan karya seni atau juga bisa diartikan sebagai ruangan atau gedung untuk memamerkan benda. Galeri yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah toko dengan tampilan yang menarik dan ditata rapi sehingga hal itu yang membedakan dengan toko biasa. Galeri atau toko kini menjadi alternatif bagi masyarakat Indonesia khususnya Banjarmasin untuk berbelanja kebutuhan

pakaian beribadah. Galeri sendiri adalah toko distribusi yang menjual berbagai macam produk, mulai dari baju koko, sarung, gamis (kemeja untuk beribadah), peci, dan perlengkapan alat salat lainnya.

Salah satu perusahaan yang dimiliki pengusaha lokal yaitu keluarga besar Almarhum KH. Zaini Bin Abdul Ghani (Guru Sekumpul) adalah Al-Zahra, Al-Zahra memiliki berbagai macam unit usaha yaitu Galeri Al-Zahra, Az Express Food, dan Az Express Bakery yang bergerak Distributor Garment / Konveksi di bidang penjualan perlengkapan ibadah muslim dan muslimah serta makanan siap saji. (Khusus untuk Garment, Al-Zahra sudah memiliki puluhan outlet resmi yang tersebar di semua provinsi Kalimantan terutama di Kalimantan Selatan, Al-Zahra didirikan berlandaskan azas-azas syariat agama Islam serta melaksanakan usahanya berdasarkan azas kekeluargaan “Laa Dharora walaa Dhirora” yaitu saling menguntungkan dalam berwirausaha. Al-Zahra juga bertujuan untuk menjalankan prinsip-prinsip ekonomi yang sesuai dengan syariat agama Islam, juga untuk membangun tatanan dan perekonomian masyarakat sekitar dan masyarakat luas pada umumnya. Al-Zahra berfungsi membangun dan mengembangkan potensi serta kemampuan sebagai Seorang Muslim dengan mengacu pada peningkatan perekonomian dan sosial dan juga membuka lapangan kerja. Al-Zahra melaksanakan motto dan prinsip: Amanah, Qana’ah, Jujur, Ikhlas, Kerja Keras, Mandiri, Kesederhanaan, Gotong Royong, Kekeluargaan, Musyawarah (<https://alzahrasekumpul.wordpress.com/profil/>, 2019).

Salah satu ketertarikan penulis adalah usaha bidang busana muslim yang berada di Kota Banjarmasin yaitu Galeri Al-Zahra Kayutangi. Galeri Al-Zahra kayutangi Banjarmasin dijadikan sebagai lokasi penelitian dikarenakan galeri ini merupakan salah satu galeri yang menerapkan sistem syariah dalam praktik operasionalnya dan Lokasi ini juga dianggap layak dan tepat dipilih sebagai objek penelitian karena jarak lokasi penelitian dekat yang memudahkan peneliti untuk observasi langsung ke lokasi penelitian untuk melakukan wawancara langsung kepada pemilik Galeri Al-Zahra Kayutangi dan memudahkan peneliti dalam membagikan kuesioner kepada para pembeli. Galeri Al-Zahra Kayutangi Banjarmasin berdiri sejak 7 Februari 2017, Galeri Al-Zahra Kayutangi Banjarmasin mempunyai 6 karyawan toko dengan sistem shift kerja (pergantian jam kerja). Selain itu Galeri Al-Zahra tidak hanya menyediakan berbagai macam model busana muslim, akan tetapi juga tersedia al-Quran, sejadah, peci, kerudung, celana dalaman panjang, baju kaos dalaman, sarung, perlengkapan haji dan yang lainnya. Galeri Al-Zahra Kayutangi merupakan anak cabang dari Galeri Pusat Al-Zahra Sekumpul dengan sistem franchise. (Basuni, 2019).

Berikut ini daftar penjualan Galeri Al-Zahra Kayutangi Banjarmasin:

**Tabel 1.1 Data Penjualan Galeri Al-Zahra Tahun 2019 – 2021**

<b>BULAN</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Januari	Rp 185.045.000	Rp 220.431.600	Rp 186.735.000
Februari	Rp 181.174.500	Rp 191.353.000	Rp 199.186.000
Maret	Rp 298.224.500	Rp 144.160.500	Rp 253.471.000
April	Rp 249.548.500	Rp 151.606.000	Rp 683.518.500
Mei	Rp 1.193.330.000	Rp 713.934.000	Rp 1.211.923.000
Juni	Rp 573.102.250	Rp 152.263.500	Rp 173.449.500
Juli	Rp 187.791.500	Rp 290.774.000	Rp 249.000.000

Agustus	Rp 230.258.500	Rp 196.063.000	Rp 159.586.000
September	Rp 171.231.000	Rp 199.427.000	Rp 180.591.000
Oktober	Rp 167.817.000	Rp 253.661.000	Rp 246.690.000
November	Rp 216.790.500	Rp 255.051.000	Rp 207.051.000
Desember	Rp 204.336.000	Rp 254.618.000	Rp 256.485.000
<b>Total</b>	<b>Rp 3.858.649.250</b>	<b>Rp 3.023.342.600</b>	<b>Rp 4.007.686.000</b>

*Sumber: Galeri Al-Zahra KayuTangi Banjarmasin, (2021).*

Tabel di atas adalah data penjualan Galeri Al-Zahra Kayutangi mulai tahun 2019 sampai 2021. Dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019 total penjualan Galeri Al-Zahra Kayutangi sebesar Rp 3.858.649.250 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan total penjualan menjadi Rp. 3.023.342.600 dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp. 4.007.686.000. Turunnya omset penjualan Galeri Al-Zahra Kayutangi tahun 2020 dipengaruhi oleh banyaknya pesaing yang menawarkan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan omset penjualan karena yang di pengaruhi oleh kebanyakan dari konsumen tetap Al-Zahra menyebarkan informasi kepada kerabat atau teman dekatnya bahwa kualitas produk yang ditawarkan Galeri Al-zahra lebih bagus dibandingkan toko lain dengan harga yang lebih murah sehingga membuat banyak pengunjung untuk mampir dan membeli produk-produk yang ditawarkan oleh Galeri Al-Zahra.

Berdasarkan wawancara yang sudah saya lakukan kepada pemilik Galeri Al-Zahra Banjarmasin, kendala yang dihadapi Galeri Al-Zahra Banjarmasin saat ini adalah bagaimana memberikan kualitas produk yang lebih baik terhadap konsumen agar konsumen puas terhadap produk yang ada di Galeri Al-Zahra Banjarmasin karena masih ada beberapa konsumen yang menyarankan langsung

kepada para pegawai agar kualitas produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin lebih ditingkatkan lagi seperti pilihan model pakaian yang di jual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin lebih bervariasi dan kendala lain adalah harga yang lebih murah dibandingkan pesaing-pesaing serupa yang ada di Banjarmasin karena masih ada beberapa konsumen yang bilang secara langsung kepada pegawai Galeri Al-Zahra Banjarmasin bahwa harga di toko lain lebih murah dibandingkan di Galeri Al-Zahra Banjarmasin karena saat ini Galeri Al-Zahra Banjarmasin tidak hadir sendiri banyak pesaing-pesaing serupa yang bermunculan di daerah Banjarmasin.

Hal ini yang menjadi alasan penulis ingin melakukan penelitian secara ilmiah dengan membagikan kuesioner kepada para konsumen yang membeli di Galeri Al-Zahra Kayutangi mengenai kualitas produk dan harga yang ditawarkan Galeri Al-Zahra Kayutangi sehingga penulis dapat mengetahui secara pasti dengan menggunakan program SPSS apakah kualitas produk dan harga memang mempengaruhi keputusan pembelian.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan suatu pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan di mana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Sejalan dengan hal diatas, Schiffman dan Kanuk (2008) mengatakan bahwa pengambilan keputusan artinya suatu proses seleksi untuk memilih di antara dua atau alternatif pilihan (Effendi, 2016, hlm. 248). Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Faktor pertama adalah sikap orang lain, keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh orang lain. Faktor kedua faktor situasional yang tidak diharapkan, konsumen mungkin membentuk niat pembeli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Dalam membuat suatu keputusan pembelian, biasanya konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor kualitas produk dan harga.

Kualitas Produk ialah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen yang mana mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan (Tjiptono, 2007, hlm. 95). Kualitas produk merupakan salah satu sarana utama pemasaran yang mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan keputusan pembelian. Sebagian besar konsumen, minat dalam membeli sebuah produk mereka melihat dari bagaimana kualitas produk yang dipasarkan dan mereka akan merasa puas apabila produk yang mereka gunakan berkualitas. Seorang calon konsumen yang baik tentunya dia akan memilih produk yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Selain faktor kualitas produk, harga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Harga menurut Kotler merupakan jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang dihasilkan atau digunakannya atas produk serta jasa (Amir, 2005, hlm. 163). Harga dalam arti sempit ialah jumlah nilai tukar yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, dalam arti yang lebih luas jumlah semua nilai yang diberikan seseorang untuk mendapatkan



manfaat memiliki atau menggunakan produk serta layanan (Kotler, 2014, hlm. 312). Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan harga yang dinyatakan pemasar. Pelanggan mungkin memiliki batas bawah harga di mana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima, dan juga batas atas harga yang di mana harga yang lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan. Oleh karena itu, harga akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin?
2. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

#### **D. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih fokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi (Badudu & Zain, 1994, hlm.1031).

Sedangkan dalam pengertian lain pengaruh adalah korelasi atau kausalitas, yaitu suatu peristiwa (akibat) yang menjadi penyebab kondisi lain (Arikunto,1992, hlm.28). Pengaruh yang menjadi poin utama dalam penelitian ini adalah pentingnya peranan kualitas produk dan harga sehingga mempengaruhi keputusan pembelian produk pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin

2. *Quality means those features of product which meet customer needs and thereby provide customer satisfaction, quality too means freedom from deficiencies-freedom from errors that require doing work over again (rework) or that result in field failures, customer dissatisfaction, customer claims, and so on, and the purpose of quality is to provide satisfaction to someone bigger in hope of upgrading income* (Eldin, 2011, hlm 3)

Kualitas berarti fitur-fitur produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang mana memberikan kepuasan kepada seseorang, kualitas juga berarti bebas dari kekurangan yang mana artinya bebas dari kesalahan yang mengharuskan dilakukannya pekerjaan ulang atau yang mengakibatkan kegagalan lapangan, ketidakpuasan seseorang dan sebagainya, dan tujuan dari kualitas ialah untuk memberikan kepuasan kepada seseorang yang lebih besar dengan harapan bisa meningkatkan pendapatan.

3. *We define a product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need* (Kotler & Amstrong, 2014, hlm.224).

Produk ialah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

4. Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau sekelompok orang pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Sudaryono, 2016, hlm. 216).
5. Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2008) mengemukakan bahwa keputusan pembelian ialah tahap proses keputusan pada konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Sejalan dengan hal diatas, Schiffaman dan Kanuk (2008) mengatakan bahwa pengambilan keputusan ialah suatu proses seleksi untuk memilih

di antara dua atau alternatif pilihan, bisa juga dikatakan suatu proses dimana seseorang memilah diantara beberapa pilihan produk yang akan dipilih untuk diputuskan sebagai pilihan (Effendi, 2016, hlm. 248).

#### **E. Signifikansi Penelitian**

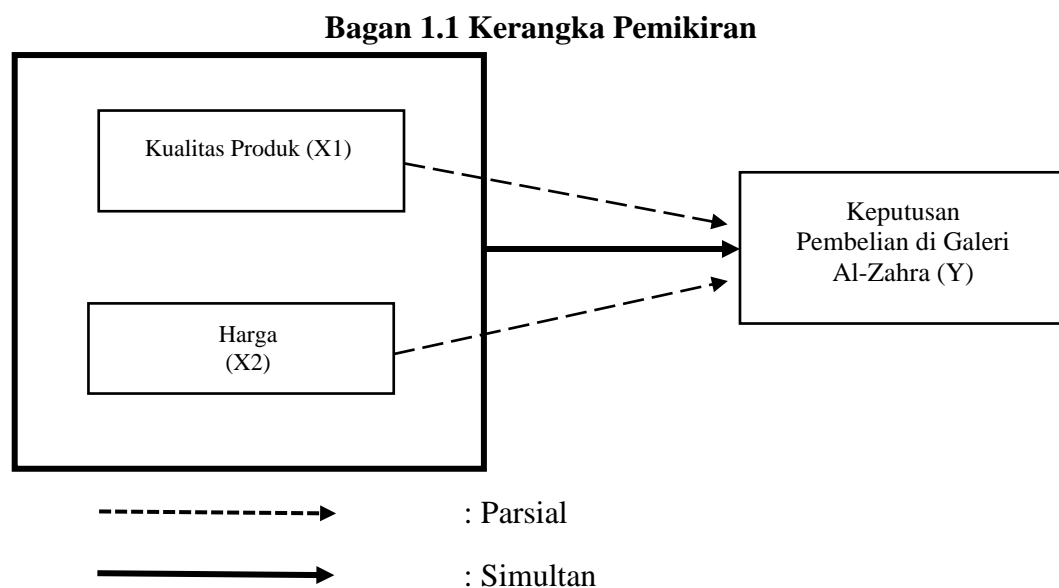
Adapun hasil yang diharapkan dari penulis hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis adalah sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis:
  - a. Bagi mahasiswa: sebagai bahan untuk melakukan penelitian khususnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, juga memperkaya ilmu pengetahuan tentang perusahaan yang bergerak di bidang jasa.
  - b. Bagi penulis: menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam ilmu yang telah diberikan dalam kuliah, terutama pada bidang pemasaran, khususnya pada subjek yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu kualitas produk dan harga.
2. Dari segi praktis:
  - a. Bagi perusahaan: Dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan subjek yang diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan Galeri Al-Zahra di Kota Banjarmasin.

- b. Bagi pihak lain: Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, atau rujukan referensi untuk kegiatan penelitian yang lebih mendalam lainnya, khususnya untuk para akademisi, serta menambah wawasan bagi kalangan non akademisi.

#### F. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dibuatlah kerangka teori sebagai berikut seperti gambar:



Dapat dilihat dari bagan di atas tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan hipotesis tersebut akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini secara parsial dan simultan.

Secara parsial,  $H_0$  = tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin,  $H_a$  = terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Adapun secara simultan,  $H_0$  = tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin,  $H_a$  = terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

### **H. Kajian Pustaka**

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari

beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti, disini peneliti mengambil tiga penelitian terdahulu yang menarik bagi peneliti yaitu penelitian dari Asrina Pulungan, Ridho Saputra, Riau Rahmat Hidayat.

**Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Asrina Pulungan IAIN Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2021	Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee ( Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan	Berdasarkan hasil analisis data penelitian Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada <i>marketplace shopee</i> dengan hasil uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $23,732 > 2,37$
2	Ridho Saputra Universitas Islam Riau Fakultas Ekonomi Tahun 2020	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pada Distro Label <i>Store</i> Pekanbaru	Berdasarkan hasil analisis data penelitian Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Label <i>Store</i> dengan hasil uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $2289,776 > 3,18$
3	Riau Rahmat Hidayat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2018	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simapang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut	Berdasarkan hasil analisis data penelitian Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada <i>marketplace shopee</i> dengan hasil uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $13,127 > 3,30$

Berdasarkan penelitian terdahulu pada tabel di atas, terdapat beberapa persamaan serta perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis:

1. Persamaan penelitian Asrina Pulungan dengan penulis yaitu penelitian Asrina Pulungan Variabel X dan Y adalah sama sama kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan Asrina Pulungan adalah terdapat pada tempat,waktu dan lokasi penelitian.
2. Persamaan penelitian Ridho Saputra dengan penulis yaitu penelitian Ridho Saputra Variabel X dan Y adalah sama sama kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan Ridho Saputra adalah terdapat pada tempat,waktu dan lokasi penelitian.
3. Persamaan penelitian Riau Rahmat Hidayat dengan penulis yaitu penelitian Riau Rahmat Hidayat Variabel X dan Y adalah sama sama kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan Riau Rahmat Hidayat adalah terdapat pada tempat,waktu dan lokasi penelitian.

## **I. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab.

BAB I PENDAHULUAN, memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.



BAB II LANDASAN TEORI, memuat landasan teori, pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang akan dihubungkan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang akan di teliti dan juga sumber informasi dari penelitian selanjutnya.

BAB III METODE PENELITIAN, dimana penulis menguraikan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan meliputi jenis, sifat, dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, pada bab ini penulis menyajikan hasil penelitian dan analisis data.

BAB V PENUTUP, pada bab ini yang memuat simpulan dan saran-saran. Simpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bab pendahuluan. Bagian ini berisi pemecahan terhadap apa yang dipermasalahkan dalam skripsi. Saran-saran memuat beberapa implikasi penelitian yang dapat diajukan kepada lembaga yang relevan dan terkait langsung dengan pemecahan masalah dalam skripsi.