

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar, terdapat 231,05 juta penduduk Indonesia beragama islam. Islam merupakan agama yang *universal* (*syamil*) dan seimbang (*tawazun*). Islam agama *universal* yang mengajarkan kepada umatnya mengenai berbagai aspek-aspek kehidupan seperti pada aturan-aturan yang Allah SWT. ciptakan yang berlaku untuk umat manusia dan alam semesta. Aturan-Nya meliputi seluruh aspek dan menyeluruh dibidang hukum (*syari'at*), ekonomi (*muamalah*), sosial (*akhlak*) dan lainnya. Allah menciptakan aturan dalam bidang ekonomi seperti bagaimana bermuamalah terhadap sesama manusia dengan cara memberikan kebebasan kepada manusia dalam meraih rezeki melalui suatu usaha yang halal.

Dalam bermuamalah kita biasanya melakukan transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan primer (*dharuriyat*), sekunder (*hajiyat*), dan tersier (*tahsiniyat*). Salah satu kebutuhan sandang adalah yang dipakai, seperti jilbab. Di Indonesia saat ini banyak kalangan wanita yang menggunakan jilbab untuk berbagai kegiatan mulai dari kegiatan sehari-hari dirumah, untuk olahraga, sebagai *fashion* untuk berbagai acara atau hanya sekedar mengikuti tren yang sedang terjadi.

Jilbab merupakan salah satu identitas dari seorang wanita muslim. Jilbab adalah pakaian yang berfungsi untuk menutup aurat perempuan ketika keluar rumah. Untuk beberapa orang, jilbab adalah kesederhanaan, keindahan dan pelindung diri. Bagi sebagian orang jilbab adalah gaya hidup, status dan identitas diri dalam pergaulan di tengah masyarakat. Dalam islam memakai jilbab merupakan hal yang wajib sesuai dengan firman Allah SWT. Dalam surah Al-Ahzab ayat 59 dikatakan bahwa:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: *“Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, “Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka.” Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.”*

Kajian tentang jilbab dalam hukum Islam adalah bersumber dari dua cabang pokok yaitu aqidah (keyakinan) dan syari’ah. Perempuan diciptakan oleh Allah sebagai makhluk yang lemah lembut, indah, tetapi terkadang menjadi sumber fitnah, terutama persoalan tentang aurat, sehingga perempuan dianjurkan untuk tidak mengumbar nafsu, aurat, dan hal-hal sensitif lainnya yang dapat menjadi sumber fitnah bagi kaum laki-laki. Oleh karena itu, hukum Islam mengatur tentang etika bagi perempuan tentang bagaimana harus menutup aurat, bagaimana harus berjilbab secara lahir dan batin.

Keberadaan jilbab saat ini sudah banyak diketahui dan diterima oleh masyarakat luas dari berbagai lingkungan dan status sosial. Terlebih lagi saat ini banyak fashion jilbab yang dapat dikombinasikan dengan beragam busana lain sehingga pemakainya bisa lebih percaya diri. Banyak para desainer yang membuat beragam model dan desain jilbab sehingga dapat menarik banyak para konsumen.

Konsumen memiliki peran yang sangat penting bagi keberlangsungan sistem jual beli karena merupakan pembuat keputusan pembelian bagi setiap transaksi jual beli. Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan (Setiadi, 2003, 11).

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen. Didalam proses membandingkan ini konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapinya (Kotler dan Keller, 2012, 214). Keputusan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah menyeimbangkan sisi positif dengan sisi negatif suatu merek ataupun mencari solusi terbaik dari perspektif konsumen yang setelah dikonsumsi akan dievaluasi kembali (Sudaryono, 2016, 102).

Menurut perpektif islam, suatu barang yang diperjual belikan harus didasarkan pada kemaksimalan *masalahah* (manfaat) dimana barang tersebut harus bersih dan bukan benda yang diharamkan. Allah SWT juga tidak melarang umat muslim dalam mencari rezeki melalui jual-beli. Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT. QS Al Baqarah ayat 198 yang berbunyi:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ۗ

Artinya: "... Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu." (QS Al Baqarah: 198).

Serta terdapat hadist Nabi SAW yang menjelaskan mata pencaharian yang dianjurkan oleh Nabi SAW sebagai salah satunya adalah jual beli. Hadits tersebut yang berbunyi:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ (عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ) رَوَاهُ الْبُرَّازُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ،

Artinya: "Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. bahwasanya Nabi SAW telah ditanya oleh seseorang: Pencaharian apakah yang paling baik? Beliau menjawab: ialah yang bekerja dengan tangannya sendiri dan tiap-tiap jual beli yang mabrur atau baik". (HR. Bazar dan dinilai shahih oleh Hakim).

Dari firman Allah SWT. diatas dan hadist Nabi Muhammad SAW dikatakan

jika jual beli merupakan kegiatan yang diperbolehkan. Kegiatan jual beli sendiri merupakan suatu hal yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita.

Jilbab atau kerudung merupakan sehelai kain yang menutupi sebagian kepala agar tidak terlihat oleh yang bukan muhrim. Beragamnya jenis jilbab dan banyaknya fashion jilbab modern menjadi pendorong banyak kalangan wanita mempunyai keinginan untuk membeli jilbab model terbaru sehingga dapat mengikuti tren yang sedang terjadi saat ini. Pemakaian jilbab tidak hanya untuk kalangan ibu-ibu saja namun jilbab juga dipakai berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga remaja untuk menunjang penampilan. Tren jilbab yang terus berkembang dan banyak peminatnya menandakan pemakaian dan permintaan jilbab menjadi meningkat. Salah satu toko yang menjual beragam jenis jilbab yaitu Toko Jilbab Aisyah yang bertempat di Jalan Datu Daim Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah. Adapun produk-produk yang dijual Toko Jilbab Aisyah antara lain seperti kerudung segi empat, pashmina, khimar, paris, dan jilbab instan. Tidak hanya terdapat jilbab saja yang dijual di toko Jilbab Aisyah tetapi terdapat juga barang lainnya sebagai pelengkap untuk memakai jilbab seperti dalaman jilbab, handsock, kaos kaki, bros, ikat rambut, jarum pentul dan beragam aksesoris lainnya untuk lebih menunjang penampilan jilbab.

Salah satu hal yang menarik perhatian peneliti ialah tingginya intensitas pengunjung tiap harinya terutama pada hari-hari besar seperti bulan peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW dan bulan Ramadhan terutama menjelang hari Raya

Idul Fitri pengunjung akan meningkat pesat. Melalui wawancara singkat dengan salah satu konsumen yang pernah melakukan pembelian jilbab di toko Aisyah mengatakan jika barangnya bagus kualitas terjamin dengan harga terjangkau dan banyaknya pilihan jilbab menjadi pendorong untuk membeli di toko Aisyah. Selain itu salah satu daya tarik konsumen untuk berbelanja jilbab di toko Aisyah ialah kelengkapan berbagai jenis produk jilbab yang selalu ada stok ketika pembeli ingin membeli satuan ataupun dalam jumlah yang banyak sehingga para pembeli dapat memilih dengan nyaman jenis jilbab yang sesuai keinginan.

Jilbab yang di jual di toko Aisyah merupakan bahan yang berkualitas sehingga para konsumen merasa nyaman dan merasa puas. Toko Aisyah sudah dibangun selama kurang lebih enam tahun dan sudah banyak memiliki pelanggan tetap dari berbagai kalangan mulai dari ibu-ibu sampai kalangan remaja. Bahan kain yang dijualpun bervariasi dimulai dari jilbab berbahan wolfis, voal, bergo, ceruti, satin, rayon, maxmara, sifon paris, spandek, scarf dan plisket.

Perbedaan harga dengan toko lain juga menjadi pertimbangan para konsumen membeli jilbab di toko Aisyah. Harga bervariasi mulai dari Rp.25.000-125.000 dengan berbagai ukuran dimulai dari jilbab untuk bayi atau anak-anak, remaja sampai ibu-ibu. Tidak hanya penjualan di toko yang dijalankan secara *offline*, penjualan juga dijalankan secara online melalui laman sosial media seperti *WhatsApp*. Untuk pemesanan dalam jumlah yang banyak bisa menghubungi pihak toko melalui via *Whatsapp* terlebih dahulu untuk menanyakan stok tersedia. Pemesanan secara *online* dapat memberi kemudahan para konsumennya dalam

melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke toko yang mana pesanan tersebut dapat diantar langsung ke alamat tujuan konsumen.

Hal lain yang membuat peneliti tertarik ialah dari ukuran toko yang terbilang tidak terlalu besar, kurang mencolok dan termasuk sederhana namun setiap harinya selalu ramai akan pengunjung. Toko jilbab Aisyah sendiri terletak di jalan Datu Daim yang merupakan jalan menuju pasar Tapandang Berseri Pelaihari, hal ini menjadi salah satu ketertarikan peneliti karena dari banyaknya toko yang menjual jilbab yang ada di Pelaihari terutama di pasar yang merupakan pusat perbelanjaan mengapa para pembeli lebih memilih dan suka membeli di toko Jilbab Aisyah dari pada toko lainnya yang terdapat di Pelaihari. Terdapat beragam faktor yang mungkin dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam mengambil keputusan antara lain dari segi harga, kualitas bahan yang dijual, dan pelayanan menjadi salah satu hal penting untuk menarik minat konsumen.

Dari uraian diatas peneliti merasa tertarik meneliti lebih mendalam mengenai beberapa faktor-faktor yang mungkin menjadi landasan para konsumen membeli jilbab di toko Aisyah diantaranya adalah faktor harga, kualitas produk dan pelayanan. Yang kemudian penulis tuangkan dalam sebuah karya tulis dengan mengangkat judul: **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB OLEH KONSUMEN TOKO AISYAH PELAIHARI**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dijadikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga, kualitas dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian jilbab di Toko Jilbab Aisyah?
2. Apakah harga, kualitas dan pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jilbab di Toko Jilbab Aisyah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab di toko Jilbab Aisyah secara simultan.
2. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab di toko Jilbab Aisyah secara parsial.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara teoritis
  - a. Sebagai bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan bagi penulis dan pembaca



- b. Sebagai kontribusi tambahan pengetahuan bagi perpustakaan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan UIN Antasari  
Banjarmasin
  - c. Sebagai bahan rujukan atau acuan bagi peneliti lain yang ingin  
meneliti lebih dalam dari berbagai aspek lainnya.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi dan masukan dalam mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan para konsumen dalam melakukan pembelian serta diharapkan bagi pemilik toko Jilbab Aisyah dapat menyusun strategi dalam rangka memenuhi keinginan konsumen.

#### **E. Definisi Operasional**

Agar penelitian yang disajikan mudah untuk dipahami, sehingga disajikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Keputusan, sebelum pilihan dijatuhkan ada beberapa tahap yang mungkin akan dipilih oleh pembuat keputusan. Tahapan tersebut bisa saja meliputi identifikasi masalah utama, menyusun alternatif yang akan dipilih dan sampai pada pengambilan keputusan yang terbaik. (Hadion Wjoyo, 2021, 1). Keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan yang diambil konsumen terhadap pembelian jilbab di toko Aisyah.
2. Harga merupakan sejumlah uang yang di keluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen

untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. (Kotler dan Amstrong, 2016).

3. Kualitas produk merupakan *“the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer”*, yang artinya kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2010, 229).
4. Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu, dan lainlain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. (Endar Sugiarto, 2002, 36).

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian terdahulu memberikan pengetahuan yang luas bagi penulis untuk mengetahui berbagai informasi dari variabel-variabel yang diteliti. Adapun hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Syarif Hidayatullah (1601151514) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada tahun 2020. Yang berjudul *“Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sepatu Produk Lokal (Studi Kasus Pada Rupaka Store di Kota Banjarmasin)”*. Penelitian ini dilatar belakangi oleh tren fashion anak-anak muda yang menggunakan produk sepatu lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor

yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian dan menganalisis faktor manakah yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli sepatu produk lokal di Rupaka Store Banjarmasin dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dari penelitian ini diketahui bahwa harga(X1), kualitas produk (X2), promosi (X3) dan keputusan pembelian (Y). Setelah dilakukan uji secara simultan dan parsial didapatkan hasil berupa harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara simultan atau berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepatu produk lokal pada Rupaka Store Banjarmasin. Secara parsial, hanya variabel kualitas produk (X2) yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu produk lokal pada Rupaka Store Banjarmasin, sedangkan variabel harga (X1) dan promosi (X3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarif Hidayatullah adalah dari variabel promosi (X3) yang digunakan dalam penelitiannya yang berpengaruh secara simultan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fadmy (1501150074) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada tahun 2020. Yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Salon Muslimah”. Penelitian ini dilatar belakangi keinginan para mahasiswi dalam memenuhi

kebutuhan pemahaman tentang hal-hal atau perawatan-perawatan yang dibolehkan dalam syariat Islam dan perawatan yang dilarang dalam syariat Islam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan Mahasiswi memilih salon muslimah yaitu promosi, harga dan pelayanan. Penelitian ini bersifat kuantitatif, menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 99 orang. Berdasarkan hasil penelitian uji F (simultan) menyatakan variabel promosi (X1), harga (X2), dan pelayanan (X3), mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan hasil uji T (parsial) menyatakan bahwa dari hasil pengujian hipotesis yang telah peneliti lakukan diketahui bahwa hanya variabel promosi (X1) yang berpengaruh secara signifikan sedangkan untuk variabel harga (X2) dan pelayanan (X3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadmy terletak pada subjek penelitian yang hanya dilakukan seputaran mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dalam memilih salon muslimah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rinto (105720492514). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Muhammadiyah Makasar pada tahun 2020. Yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada Toko Aneka Motor Sudu di Kec. Alla’ Kab. Enrekang.” Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier

berganda. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui faktor-faktor yang menjadi landasan pengambilan keputusan dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha seperti pada faktor kualitas produk, kualitas layanan, harga dan tempat berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian. Pada uji F dan uji T yang dilakukan didapatkan hasil berupa produk (X1), kualitas layanan (X2), harga (X3), dan tempat (X4) secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang harga dan pelayanan yang diberikan. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini yaitu variabel independen (x) yang digunakan sebanyak 4 variabel produk (X1), kualitas layanan (X2), harga (X3), dan tempat (X4), dan analisis data yang dilakukan lebih mengkhhususkan pada uji validitas, reabilitas, analisis regresi linier berganda, uji F dan uji T sedangkan uji asumsi klasik tidak diujikan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sandy Claudya (1601150265) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Anatasari Banjarmasin pada tahun 2020. Yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online (Study Kasus Pengguna Ojek Online GrabBike di Kota Banjarmasin). Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.” Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bisnis jasa. Salah satu bisnis dalam sektor jasa yang semakin berkembang pesat adalah jasa

transportasi. Ojek online sendiri merupakan transformasi dari ojek konvensional yang bertempat di suatu pangkalan untuk menunggu pelanggan, atau biasa disebut ojek pangkalan. Kemudahan dalam pemesanannya dengan menggunakan teknologi smartphone membuat ojek online semakin diminati. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan yang pernah menggunakan jasa ojek online Grabbike dengan jumlah populasi 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode unknown populations dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Data di analisis dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F, dan uji T. Yang kemudian diolah menggunakan program SPSS IBM 22. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 25.956 dan  $F_{tabel}$  2,70, jadi  $F_{hitung} 25.956 > F_{tabel} 2,70$  dan nilai signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Secara parsial semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ilham Dwi Desra Yuda (105721143517). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Tiens (Studi Kasus Pada Tiens Syariah Intrnasional

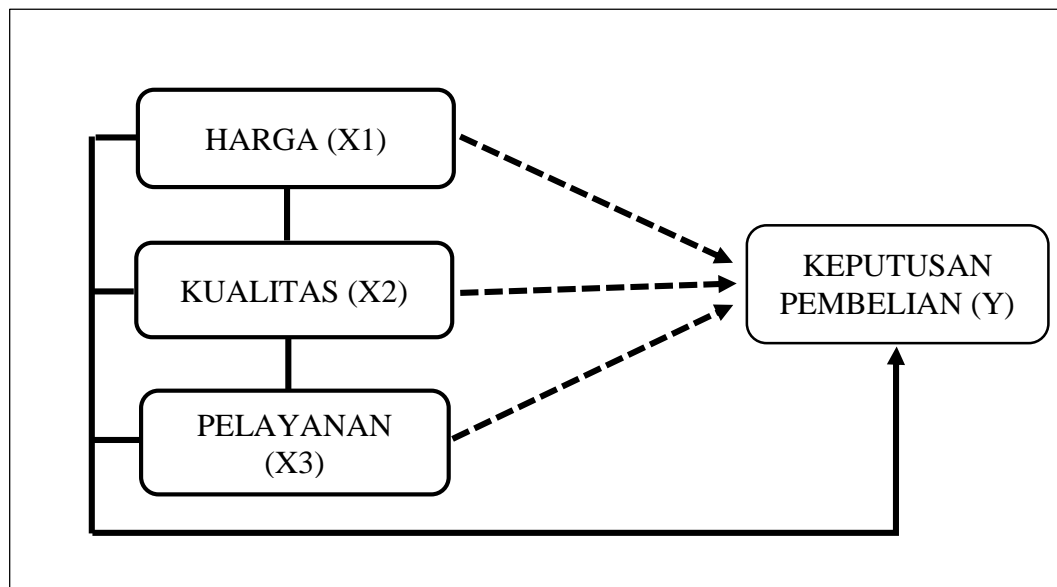
Makassar)”. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Tiens. Jenis penelitian adalah kuantitatif, menggunakan data primer, penarikan sampel secara *accidental sampling* responden yang digunakan sebanyak 80 responden, dan dianalisis secara *statistic inferensi* berupa regresi berganda, serta pengujian hipotesis memakai alat uji t dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial (uji t) yang telah dilakukan variabel kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan pada variabel kualitas pelayanan (X2) dan variabel harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Untuk nilai Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) yang diperoleh dari hasil uji sebesar 0,948, hal ini berindikasi jika Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga dalam mempengaruhi kenaikan Keputusan Pembelian adalah sebesar 94,8%, selebihnya 5,2% adalah disebabkan oleh faktor lain. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu tidak ada pengujian secara simultan (uji f) yang mana pengujian ini lebih mengkhususkan pada uji t atau secara parsial.

#### **G. Kerangka Pemikiran**

Dari hasil penjabaran mengenai masing-masing variabel, kerangka pemikiran ini digunakan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

Pembelian Jilbab Oleh Konsumen Toko Aisyah Pelaihari, maka dapat dimasukkan kedalam suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

———— = Pengaruh secara parsial

----- = Pengaruh secara simultan

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Harga

X2 = Kualitas

X3 = Pelayanan

## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya yang kemungkinannya bisa benar atau salah. Hipotesis merupakan tahapan penting dari rumusan masalah dan tujuan penelitian untuk mengetahui



kesimpulan sementara dari suatu penelitian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel harga, kualitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel harga, kualitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel harga, kualitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel harga, kualitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian

## **I. Sistematika Pembahasan**

Peneliti memberikan sistematika penulisan yang berfungsi sebagai pedoman penyusunan laporan penelitian sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, pada bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka teori, hipotesis penelitian, metodologi penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penelitian

BAB II landasan teori pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

BAB III Metode Penelitian yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan data, serta prosedur penelitian.

BAB IV Merupakan Laporan Hasil Penelitian yang memuat gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis.

BAB V Merupakan Penutup dari penelitian yang dilakukan, terdiri dari simpulan dan saran. Hal ini dimaksudkan sebagai penegasan terhadap jawaban atas permasalahan yang telah dipaparkan. Setelah itu penulis memberikan saran-saran berdasarkan kesimpulan tersebut sebagai bahan rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan ini. Pada akhirnya penulisan skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai bahan rujukan.