

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Di Warung Bakso Kunyah-Kunyah Adek Abang Kec.Peureulak
Kab.Aceh Timur)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

MUQARRAMAH

NIM: 4022018021



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA
TAHUN 2022 M/ 1443**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME
PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus di Warung Bakso Kuyah Kuyah Adek Abang Kec.
Peureulak Kab. Aceh Timur)**

Oleh:

Muqarramah

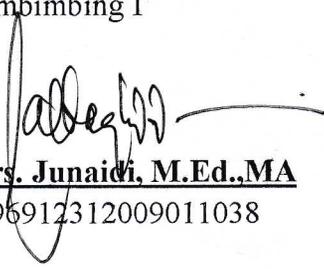
Nim: 4022018021

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 25 Maret 2022

Dec. 20/3-22

Pembimbing I

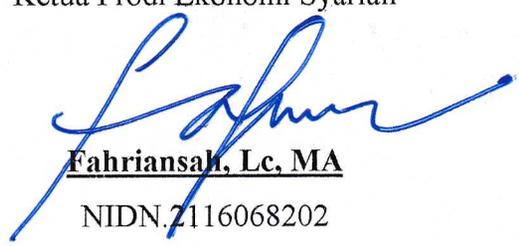

Dr. Drs. Junaidi, M.Ed., MA
NIP.196912312009011038

Pembimbing II


Ade Fadillah FW Pospos, S.E., Sy., M.A
NIP.198804072019032010

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah


Fahriansah, Lc, MA

NIDN.2116068202

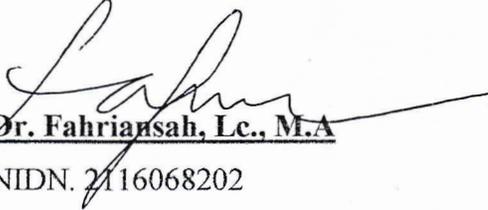
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang)**" an. Muqarramah, NIM 4022018021 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 09 Juni 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE.) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Peureulak, 20 Juni 2022

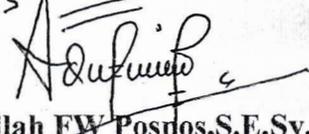
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Ketua


Dr. Fahriansah, Lc., M.A

NIDN. 2116068202

Sekretaris

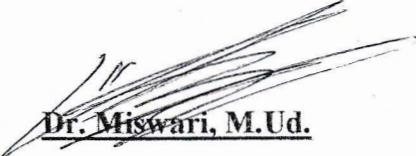

Ade Fadillah FW Pospos, S.E.Sy, M.A

NIP. 198804072019032010

Anggota


Dr. Safwan Kamal, M.E.I

NIP.199005182020121011


Dr. Miswari, M.Ud.

NIP. 19860912201531004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

IAIN Langsa

Dr. Iskandar, MCL
NIDN.2016066502

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muqarramah
Nim : 4022018021
Tempat/tgl. Lahir : Blang Bitra, 03 Juli 2000
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Dusun Meunasah, Desa Blang Bitra, Kecamatan
Peureulak Kabupaten Aceh Timur

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec.Peureulak Kabupaten Aceh Timur)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Peureulak, 28 Maret 2022

Yang membuat pernyataan



Muqarramah

Nim. 4022018021

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan ”

-HR. Tirmizdi-

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-Q.S. Al-Baqarah ayat 286-

“jangan dengarkan perkataan orang yang membuatmu jatuh, cukup jadi diri sendiri ”.

-Muqarramah-

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala Nikmat dan Karunia-Nya.

Sholawat teriring salam selalu penulis sampaikan kepada tokoh panutan yaitu Baginda Nabi Muhammad SAW.

Skripsi Ini Penulis Persembahkan Untuk Kedua Orang Tua Penulis (Bapak M. Jamil (ALM) Dan Ibu Syarifah) yang selalu memberikan do'a, nasihat, kasih sayang serta dukungan baik moral maupun material.

Untuk Saudara Kandung Penulis (Kak Fitri dan kak siti) yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis.

Untuk Diri Saya Sendiri Yang Sudah Mau Berjuang Sejauh Ini Walaupun Terkadang Prosesnya Tidaklah Mudah, Yang Sudah Mau Bangkit Walaupun Terkadang Jatuh Berkali-Kali.

Serta Untuk Semua Orang-Orang Baik Yang Sudah Mau Menemani Dikala Suka Maupun Duka, Mendengarkan Segala Keluh Kesah Yang Ada, Serta Mencari Jalan Keluar Bersama.

Sehingga Berkat Semuanya Penulis Dapat Menyelesaikan Skripsi Ini.

Terimakasih.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pembeli atau konsumen yang pernah melakukan pembelian di warung bakso kunyah kunyah adek abang. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability yakni teknik sampling insidental, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan, dengan nilai X_1 sebesar 0,253 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,639 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 atau ($2,639 > 1,661$) dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan, dengan nilai X_2 sebesar 0,270 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,461 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 atau ($4,461 > 1,661$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan secara simultan atau bersama-sama antara harga, dan kualitas produk dalam perspektif ekonomi islam terhadap volume penjualan pada warung bakso kunyah kunyah adek abang kec.peureulak kab.aceh timur, dengan nilai F_{hitung} $29,798 > F_{tabel}$ $3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Besarnya pengaruh harga, dan kualitas produk dalam perspektif ekonomi islam terhadap volume penjualan pada warung bakso kunyah kunyah adek abang kec.peureulak kab.aceh timur 37,7% dan sisanya sebesar 62,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga , Kualitas Produk , Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze how the effect of price and product quality partially and simultaneously on sales volume at the meatball stall Kunyah Kunyah Adek Abang, Peureulak District, East Aceh Regency. This research uses quantitative methods. The population in this study are buyers or consumers who have made purchases at the meatball stall, Kunyah Kunyah Adek Abang, Peureulak District, East Aceh Regency. The number of population in this study is unknown. The sampling technique in this study used a non-probability technique, namely incidental sampling, which is a sampling technique based on chance. The results of this study indicate that price partially affects sales volume, with X_1 value of 0.253 and t_{count} of 2.639 while t_{table} of 1.661 or $(2.639 > 1.661)$ with a significance value of $0.010 < 0.05$. Product quality partially affects sales volume, with X_2 value of 0.270 and t_{count} of 4.461 while t_{table} of 1.661 or $(4.461 > 1.661)$ with a significance value of $0.000 < 0.05$. Furthermore, the results of this study indicate that there is a simultaneous or joint relationship between price, and product quality in an Islamic economics perspective on sales volume at the meatball stall, Kunyah Kunyah Adek Abang, Peureulak District, East Aceh Regency, with a value of F_{count} 29.798 $>$ F_{table} 3.09 with a value of 3.09 significance $0.000 < 0.05$. The magnitude of the influence of price, and product quality in the perspective of Islamic economics on sales volume at the meatball stall, Kunyah Kunyah Adek Abang, Peureulak District, East Aceh Regency, 37.7% and the remaining 62.3% is explained by other factors not mentioned in the study.

Keywords: *Price, Product Quality, Sales Volume*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia, beserta nikmat kesempatan, rezeki, dan kesehatan yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume penjualan dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus di warung Bakso Kunyah-Kunyah Adek Abang kec. Peureulak Kab.Aceh Timur)”**. Skripsi ini ditulis guna memperoleh salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri Langsa guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, do'a, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta Bapak M. Jamil (ALM) dan Ibu Syarifah , yang senantiasa memberikan do'a, nasihat, kasih sayang serta dukungan baik moral maupun material.
2. Kakak kandung saya siti ajliza fitri dan siti baizuri yang selalu mensupport dan membantu saya serta dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA selaku Rektor IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Iskandar, M.CL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Fahriansah, Lc, MA Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
6. Dr. Drs. Junaidi, M.Ed.,MASelaku Pembimbing I dan Ibu Ade Fadillah FW Pospos, S.E.Sy,M.Aselaku Pembimbing II yang dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, serta memberikan motivasi dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Ibu Ade Fadillah FW Pospos, S.E.Sy,M.A selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan nasihat selama proses perkuliahan.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan pelajaran, ilmu, serta pengalaman kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
9. Seluruh staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan pelayanan yang baik dan memberikan informasi serta sumber referensi kepada penulis.
10. Kepada seluruh sahabat-sahabat penulis yaitu zakia, rina, pira, ayu, dan nadia yang banyak membantu baik dukungan, pertolongan, semangat dan motivasi selama masa perkuliahan maupun di kehidupan sehari-hari, serta mau mendengarkan segala keluhan yang ada serta mencari jalan keluar bersama.
11. Teman-teman seperjuangan terkhusus Unit 1 Ekonomi Syariah angkatan 2018.
12. Seluruh responden yaitu pengunjung yang membeli bakso di warung bakso kunyah kunyah adek abang kec. peureulak kab. Aceh timur, yang sudah mau membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga dapat terkumpul data dalam penelitian ini.
13. Kepada seluruh orang-orang baik yang selalu membantu dan mendukung serta mendoakan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Atas semua bantuan tersebut penulis kembalikan kepada Allah SWT. Seiring doa semoga kiranya Allah SWT membalas kebaikan yang diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Peureulak , ... Januari 2022

Penulis

Muqarramah

NIM. 4022018021

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Identifikasi Masalah	9
1.3.Batasan Masalah.....	9
1.4.Rumusan Masalah	10
1.5.Tujaun dan Manfaat Penelitian	10
1.6.Penjelasan Istilah.....	11
1.7.Kerangka Teori	12
1.8.Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II : KAJIAN TEORITIS	15
2.1.Pengertian Harga.....	15
2.2.Kualitas Produk.....	21
2.3.Penjualan.....	26
2.4.Volume Penjualan	31
2.5.Warung Bakso.....	34
2.6. Penelitian Terdahulu.....	34

BAB III : METODELOGI PENELITIAN	39
3.1. Pendekatan Penelitian	39
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.3. Populas dan Sampel	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
3.5. Jenis dan Sumber Data	44
3.6. Identifikasi dan Devinisi Operasional Variabel.....	44
3.7. Teknik Pengujian Instrumen Penelitian	46
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9. Teknik Analisis Data.....	50
3.10.Uji Hipotesis	51
BAB IV : TEMUAN PENELITIAN	53
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	53
4.2. Deskripsi Data Penelitian	54
4.3. Analisis Data	57
4.4. Uji Asumsi Klasik	59
4.5. Uji Regresi Linear Berganda	64
4.6. Uji Hipotesis	65
4.7. Pembahasan	69
BAB V : PENUTUP.....	74
5.1.Kesimpulan	74
5.2.Saran-Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN –LAMPIRAN	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan harga jual	3
Tabel 1.2 Jumlah laba penjualan	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	43
Tabel 3.2 definisi operasional.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pebulan	56
Tabel 4.5 Uji Validitas	57
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.7 Uji Normalitas	60
Tabel 4.8 Uji Linearitas	61
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4.11 Uji Parsial (Uji t)	66
Tabel 4.12 Uji Simultan (Uji F).....	68
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Teori.....	13
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 Data tabulasi koesioner	86
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS	91

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan dan keinginan manusia terus berkembang dan tidak terbatas seiring dengan perkembangan zaman. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri sehingga dapat diperlukan adanya organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini di tandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Dalam konteks ekonomi, tujuan akhir yang di capai manusia adalah terpenuhinya kebutuhan hidup, dan sekalian meraih kesejahteraan dan kebahagiaan. Hidup sejahtera dan bahagia mustahil tercapai tanpa ketercukupan secara financial.¹

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya². Dalam menafsirkan konsep tentang harga

¹ M. Sholahuddin, "Asas-Asas Ekonomi Islam", (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 2

² Tim. Reality, "Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar", (Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008), h. 450

tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.³

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran⁴.

Berdasarkan observasi awal dilapangan yang peneliti dapatkan adalah bahwa di Kota Peureulak Kabupaten Aceh Timur banyak masyarakat yang membuka usaha warung bakso sehingga jaraknya sangat dekat antara penjual satu dengan penjual lainnya. Tetapi ada salah satu warung bakso di Kota Peureulak Kabupaten Aceh Timur yang pengunjungnya lumayan rame dari yang lainnya sehingga berdampak bagi pengusaha disekitarnya. Keberadaan warung bakso yang berdekatan tentu akan memunculkan persaingan di wilayah tersebut. Di kota Peureulak Kabupaten Aceh Timur terdapat 9 usaha warung bakso yang jaraknya sangat berdekatan, akan tetapi harga dari setiap warung bakso tersebut berbeda beda dengan itu peneliti membuat rincian perbedaan harga dari masing masing warung bakso.

³ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, '*Manajemen Pemasaran*', (Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2009), h. 67.

⁴ <http://etheses.iainkediri.ac.id/1334/3/931325514%20BAB%20II.pdf> diakses pada tanggal 5 februari 2022

Adapun rincian perbedaan harga pada setiap warung bakso adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perbandingan harga jual

No.	Nama warung bakso	Harga jual bakso biasa
1.	Bakso Pojok Sari (pjs2)	Rp.13.000
2.	Bakso Jumbo 55	Rp. 13.000
3.	Bakso Surabaya	Rp. 13.000
4.	Bakso Lava	Rp. 13.000
5.	Bakso Balqis	Rp. 10.000
6.	Bakso Ana dan Ani	Rp. 10.000
7.	Bakso Kikil	Rp. 13.000
8.	Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang	Rp. 10.000
9.	Bakso Goyang Lidah	Rp. 10.000

Dari data di atas disimpulkan bahwa harga bakso di Kec. Peureulak Kab.Aceh timur rata-rata semuanya hampir sama. Meningkatnya harga suatu barang dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku begitu pula sebaliknya. Harga rendah sangat berpengaruh bagi volume penjualan di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang. Semakin rendahnya harga maka semakin besar pula laba atau keuntungan yang didapatkan.

Berikut ini jumlah laba penjualan di warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang pada tahun 2021:

Tabel 1.2 Jumlah laba penjualan

Bulan	Jumlah laba penjualan
Januari	Rp. 6.000.000
Februari	Rp. 5.950.000
Maret	Rp. 5.600.000
April	Rp. 5.000.000
Mei	Rp. 7.000.000
Juni	Rp. 7.500.000
Juli	Rp. 8.200.000
Agustus	Rp. 9.000.000
September	Rp. 9.200.000
Oktober	Rp. 9.450.000
November	Rp. 9.800.000
Desember	Rp. 9.900.000

Sumber: Data Penjualan Diolah Penulis, Tahun 2021

Berdasarkan data penjualan pada Tabel 1.2 diatas dapat terlihat bahwa penjualan di warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang Kec.Peureulak Kab.Aceh Timur terkadang mengalami kenaikan dan penurunan dari bulan ke bulan. Penjualan dari bulan Januari sampai bulan April mengalami penurunan, sedangkan dari bulan Mei sampai bulan Desember mengalami kenaikan . Hal ini harus diperhatikan oleh competitor untuk memahami keinginan masyarakat atau konsumen terutama pengunjung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang Kec.Peureulak Kab.Aceh Timur. Maka dengan Meningkatnya harga suatu barang dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku dan berpengaruh pada volume

penjualan.

Kualitas adalah syarat utama di terimanya suatu produk dipasaran. Berbagai usaha ditempuh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan produk jadi. Pada masa ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk.

Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian konsumen berpendapat bahwa, produk yang memiliki harga tinggi adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu.⁵ Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya didalam keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya.⁶

Setiap produsen harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha. Hal tersebut harus dilakukan untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk dalam pasar sasarannya. Kualitas merupakan salah satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari mutu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Dari segi pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakan berawal dari satu diantara empat tingkat kualitas, yaitu

⁵ Ummu Habibah dan Sumiati, *“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura”*, Volume 1, Nomor 1, Maret 2016, h. 32. [Http://jurnal.untag-sby.ac.id](http://jurnal.untag-sby.ac.id)

⁶ Philip Kotler, *“Manajemen Pemasaran”*, (edisi 13), (Jakarta : Erlangga, 2008), Jilid, II, h. 142

kualitas rendah, kualitas sedang, kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik.⁷

Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai di dalam Al-Qur'an. Adapun dalam hadits Rasulullah saw, dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum at-tas'ir al-jabbari, menurut kesepakatan para ulama fiqh adalah al-maslahah al-mursalah (kemaslahatan).⁸

Hadis Riwayat Abu Dawud Yang Artinya: Dari Anas bin Malik, ia berkata: Orang-orang berkata, 'Wahai Rosulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami. Lalu Rosulullah SAW bersabda, sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta. (HR. Abu Dawud).⁹

Ulama fiqh menyatakan bahwa kenaikan harga yang terjadi di zaman Rasulullah saw tersebut bukanlah karena tindakan sewenang-wenang dari para pedagang, tetapi karena memang komoditas yang ada terbatas. Sesuai dengan hukum ekonomi apabila stok terbatas, maka wajar barang tersebut naik. Oleh sebab itu, dalam keadaan demikian Rasulullah saw tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut.¹⁰

⁷<http://etheses.iainkediri.ac.id/545/3/BAB%20II.pdf> diakses pada tanggal 5 februari 2022

⁸ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*..., 91.

⁹ Muhammad Yusuf Qardhawi, "*Halal & Haram dalam Islam*"..., 354.

¹⁰ Setiawan Budi Utomo, "*Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*"..., 92

Bakso merupakan makanan yang sangat populer bahkan digemari di Indonesia, dari kalangan muda hingga kalangan tua, dari golongan bawah maupun golongan atas. Dari yang berjualan dikios-kios sampai pedagang-pedagang yang menjajakan jualannya dengan menggunakan gerobak. Bakso dapat dibuat dari daging sapi, ayam, maupun ikan.¹¹

Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian konsumen berpendapat bahwa, produk yang memiliki harga tinggi adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu.¹²

Hal ini dibuktikan dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu konsumen di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang:¹³

“ saya sangat suka makan bakso dan bakso sudah menjadi makanan favorit saya, kualitas produk yang diberikan di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang sesuai dengan keinginan, hampir setiap hari sepulang sekolah saya dan kawan- kawan memakan bakso di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang karena saya tau bahwa bakso tersebut dibuat dari daging ayam yang halal dimakan, dan ciri khas kuah kaldunya sangat enak, tekstur baksonya juga sangat padat serta saya suka dengan cara pelayanannya. “

Dari wawancara peneliti dengan konsumen di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang dapat kita simpulkan bahwa kualitas produk juga sangat

¹¹ <http://digilib.unimed.ac.id/29917/8/9.%20NIM.%205131142007%20CHAPTER%20I.pdf> diakses pada tanggal 10 februari 2022

¹² Ummu Habibah dan Sumiati, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*”, Volume 1, Nomor 1, Maret 2016, h 32. [Http://jurnal.untag-sby.ac.id](http://jurnal.untag-sby.ac.id)

¹³ Munawarah, Siswa SMA Negeri 1 Peureulak “*Wawancara Langsung*” Pada tanggal 20 september 2021.

berpegaruh terhadap volume penjualan karena jika kualitas produk yang dijual tidak sesuai dengan keinginan atau minat konsumen maka konsumen tidak akan membeli lagi produk kita. Dengan itu volume penjualan menjadi menurun.

volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimun. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh mayarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.¹⁴

Faktor faktor yang mempengaruhi volume penjualan di antaranya adalah kualitas produk yang merupakan bagian dari bauran pemasaran. Maka dari itu perusahaan di tuntutan memberikan barang dengan kualitas yang bagus agar tidak kalah dengan pesaing yang lain dan di harapkan bisa meningkatkan volume penjualan.¹⁵

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik unttuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab.Aceh Timur)”***

¹⁴ Pakpahan, Efendi. “*Volume Penjualan*”, (Jakarta:PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009),h.59

¹⁵ http://eprints.ums.ac.id/29246/13/9RR._NASKAH_PUBLIKASI.pdf diakses pada tanggal 8 februari 2022

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang tersebut maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau volume penjualan yang akan diperoleh diwarung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang
2. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas dan konsumen akan membeli jika menurut mereka kualitas nya bagus
3. Volume penjualan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang dijual.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pada penelitian ini penulis akan membatasi masalah agar masalah yang diteliti dapat terfokus dan terarah dengan mencapai tujuan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga yang diteliti adalah harga yang dapat mempengaruhi pendapatan penjualan di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang.
2. Kualitas produk yang diteliti adalah kualitas produk yang dijual di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang yang sangat berpengaruh terhadap konsumen .
3. Volume penjualan yang diteliti adalah tingkat penjualan yang dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang di jual di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang ?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari peneletian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang

1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini,antara lain adalah

1. Manfaat secaraTeoritik
 - a. Memberikan kontribusi khasanah ilmu pengetahuan kepada mahasiswa dan mahasiswi terutama jurusan Ekonomi Syariah agar

dapat mengetahui tentang tingkat harga yang diberikan kepada konsumen sudah mencapai target yang diinginkan.

- b. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya konsumen warung bakso untuk lebih mengetahui tentang produk dan harga yang ditawarkan oleh warung bakso tersebut.

2. Manfaat secara praktisi

- a. Manfaat praktisi dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi warung bakso dalam melayani konsumen dan memperhatikan hak-hak konsumen
- b. Menambah informasi dan wawasan mengenai tingkat harga dalam kajian ekonomi syariah dan ekonomi umum yang dapat diberikan kepada konsumen.
- c. Menambah informasi dan wawasan mengenai tingkat harga dalam kajian ekonomi syariah dan ekonomi umum yang dapat diberikan kepada konsumen.

1.6 Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah yang merupakan penjelasan makna dari masing-masing kata kunci yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

1. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.¹⁶
2. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana yang dikutip

¹⁶ Tim. Reality, “*Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*”, (Jakarta: PT. Reality Publisher 2008), h. 450

dalam jurnal Yunita Sawitri dkk, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.¹⁷

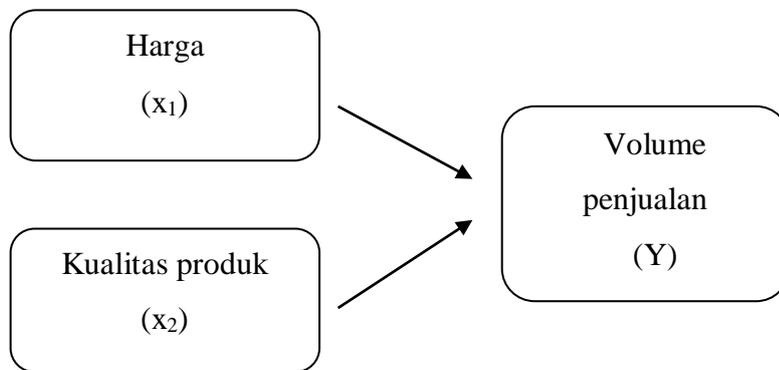
3. Volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.¹⁸

1.7 Kerangka Teori

Untuk mengetahui permasalahan yang akan dibahas, maka diperlukan kerangka pemikiran atau teori yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangka teori dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagaiberikut:

¹⁷ Yunita Sawitri, Wahyu Hidayat & Sendhang Nurseto, “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial, dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio di Yamaha Agung Motor Semarang”, *Diponegoro Journal of Social And Politic*, 2013, h. 3.

¹⁸ Pakpahan, Efendi, “*Volume Penjualan*”, (Jakarta:PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009),h.59



Gambar 1.1 Kerangka Teori

1.8 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan memahami terhadap penelitian ini penulis menguraikan sistematika pembahasan menjadi 5 bab.

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian Teoritis

Bab ini membahas mengenai landasan teori, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis, dan hipotesa penelitian.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi penejelasan mengenai pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data.

Bab IV : Temuan Penelitian

Bab ini menguraikan tentang hasil analisis peneliti dan pembahasan yang diperoleh dari gambaran umum responden terkait variabel dan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab V : Penutup

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Harga

2.1.1 Harga Secara Umum

Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Istilah yang digunakan untuk mengacu pada harga bisa beranekaragam. Ini menunjukkan bahwa penetapan harga sangat tergantung kepada jenis produk spesifik yang dijual. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.¹⁹

Menurut Rudianto bahwa apabila harga jual terlalu tinggi, maka konsumen akan mengurangi jumlah pembelian produk atau bahkan tidak membeli produk yang dijual. Dalam hal ini dikatakan bahwa harga jual dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk yang akan memberikan dampak pada volume penjualan.²⁰

¹⁹ Tim. Reality, “*Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*”, (Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008), h. 450

²⁰ Rudianto, “*Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*”, (Jakarta : Erlangga, 2013), h. 127.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

- 1) Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- 2) Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi²¹.

2.1.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Allen menetapkan harga untuk mengetahui secara persis biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk dan memastikan bahwa konsumen mampu membayar produk dengan harga yang ditetapkan.²²

Penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi: tujuan pemasaran perusahaan,

²¹ *Ibid.* h. 90.

²² Franky, Hetty & Mey, “*Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori Dan Praktik, Indeks*”, (Jakarta, 2016), h. 99.

strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga. Faktor eksternal meliputi: sifat pasar dan permintaan, persaingan, faktor lingkungan lain (perekonomian pemerintah).

Sebelum penetapan harga dilakukan, tujuannya harus ditetapkan terlebih dahulu, tujuan penetapan harga meliputi:

- a. Orientasi laba: mencapai target laba dan meningkatkan laba. Perusahaan dapat memilih satu di antara dua tujuan berorientasi laba dalam kebijaksanaan penetapan harga. Tujuan berorientasi laba dapat ditempuh dalam periode jangka pendek atau jangka panjang. Sebuah perusahaan dapat menetapkan harga produknya untuk mencapai persentase tertentu dari penjualan atau investasinya. Pencapaian tujuan seperti ini diterapkan oleh pedagang perantara atau produsen.
- b. Orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar. Penetapan harga di beberapa perusahaan difokuskan pada volume penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya 1 tahun atau 3 tahun. Manajemen bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penetapan harga yang agresif lainnya meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek.²³

Penetapan tidak semata berorientasi pada pencapaian profit saja. Kotler & Keller menyatakan bahwa terdapat tujuan utama dalam penetapan harga yaitu:

²³ Mas'ud Machfoedz, *Op.Cit*, h. 112-113

- a.) Bertahan hidup
- b.) Memaksimalkan profit sekarang
- c.) Memaksimalkan pangsa pasar (*penetration pricing*)
- d.) Memaksimalkan market *skimming*
- e.) Kepemimpinan kualitas produk
- f.) Tujuan lain²⁴

2.1.3 Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Harga dalam pandangan Islam pertama kali terlihat dalam hadis yang menceritakan bahwa ada sahabat yang mengusulkan kepada Nabi untuk menetapkan harga di pasar. Rasulullah menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh ditetapkan karena Allah-lah yang menentukannya, sungguh menakjubkan teori Nabi tentang harga dan pasar. Kekaguman ini karena ucapan Nabi SAW itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah SWT.

Sekalipun Nabi SAW tidak bersedia melakukan campur tangan dengan menetapkan atau mengontrol harga beberapa langkah seiring beliau ambil untuk meniadakan penimbunan, penghapusan monopoli serta larangan bisnis *spekulatif*, agar harga meningkat secara tidak wajar. Namun para fukaha berpandangan bahwa pemerintah Islam dapat melakukan campur tangan dan menetapkan harga jika para pebisnis jahat, spekulan makanan dan barang-barang pemerintah umum melakukan campur tangan terhadap harga alami yang terjadi di pasar bebas²⁵.

²⁴ Franky, Hetty & Mey, “*Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori Dan Praktik, Indeks*”, (Jakarta, 2016), h.100-101

²⁵ Muhammad Syarif Chaudhry, “*Sistem Ekonomi Islam*”, (Jakarta: PT. Fajar Interpretam Mandiri, cet. 2, 2010), h. 135-136.

Harga tersebut haruslah direlakan kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. Titik antara penawaran dan permintaan yang membentuk harga berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak. Hal ini sesuai dengan firman Allah yang berbunyi²⁶:

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

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa : 29).

2.1.4 Penentuan Harga

Dalam kosep ekonomi Islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran, penentuan harga berdasarkan persetujuan khalyak masyarakat. Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga di atas batas wajar, mereka sudah berbuat zalim dan akan sangat berpengaruh kepada umat manusia lainnya, maka seorang penguasa (pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud untuk melindungi hak-hak umat lain, mencegah penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang.

Penentuan harga dan mekanisme pasar menurut pandangan hukum Islam

²⁶ Penanggungjawab Abdul Aziz Abdul Rauf, “*Alqur’an Hafalan Mudah AL-HUFAZ*”, (Bandung: Cordoba, Edisi cetak, 2019) h.112.

harus di bangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut²⁷:

- 1) Prinsip *Ar-Ridha*, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Hal ini sesuai dengan Q.S. An-Nisa ayat : 29. Begitu pula dengan penentuan harga harus dibangun dengan prinsip *Ar-Ridha*.
- 2) Prinsip persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (ikhtikar) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.
- 3) Prinsip kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun, sebab nilai kebenaran itu akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan masyarakat secara luas.
- 4) Keterbukaan (*transparency*) serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadilan yang sesungguhnya.

2.1.5 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Sabran ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu: ²⁸

²⁷ Abdul Aziz, “*Etika Bisnis Perspektif Islam*”, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 268-269.

²⁸ Philip kotler, Garry Armstrong, “*Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid I*”, (jakarta : Erlangga, 2008), h.278

1. Keterjangkauan harga

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut.

3. Daya saing harga dalam pasar,

perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampaui tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.

2.2 Kualitas Produk

2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi. Disini mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan

fungsinya. Termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan serta atribut yang lain.²⁹

Kualitas adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi spesifikasinya³⁰. Produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakrit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan parameter kualitas suatu produk adalah seberapa mampu pelanggan merasakan kepuasan, tidak hanya itu produk bisa berarti memiliki fungsi bagaimana produsen dapat mempertahankan pandangan penilaian produknya. Kemasan barang, label, merek, jaminan dan pelayanan merupakan bagian dari konsep produk total.³¹

Menurut Fandy Tjiptono kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk.³² Menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana yang dikutip dalam jurnal Yunita Sawitri dkk, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.³³

²⁹ Taufiq Rahman, *"Manajemen Pemasaran"*, (Medan : Perdana Publishing 2010), h.147

³⁰ Rambat Lupiyado, A. Hamdani, *"Manajemen Pemasaran Jasa"*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h.175.

³¹ Anggitan Rizana A.R, *"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variable Intervening"*, (Skripsi Universitas Dian Nusantoro, 2013), h..3.

³² Mts Arif, *"Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan"*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2007),h.96

³³ Yunita Sawitri, Wahyu Hidayat & Sendhang Nurseto, *"Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial, dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio di Yamaha Agung Motor Semarang, Diponegoro Journal of Social And Politic"*, 2013, h. 3.

2.2.2 Kualitas Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.³⁴

Dalam Al Quran yang berhubungan dengan hal konsumsi yaitu, gunakanlah barang-barang yang baik dan bermanfaat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Karena dengan barang-barang yang bermanfaat dan baik akan membawa ke perbuatan yang baik pula. Barang-barang yang bermanfaat dan baik disini yaitu yang memiliki kualitas baik. Sebagaimana yang tercantum dalam Al Quran surat AlBaqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena

³⁴ Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad, “*Islamic Business Management : Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*”, (Yogyakarta: BPF, 2014), h. 380

sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu (Al-Baqarah:168)”³⁵

Islam mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan halal. Makanan halal berarti makanan yang diizinkan oleh hukum Islam dan harus memenuhi berbagai syarat diantaranya adalah tidak mengandung sesuatu yang dianggap melanggar hukum menurut hukum Islam. Kemudian disiapkan, di proses, diangkut atau disimpan menggunakan alat atau fasilitas yang terlepas dari sesuatu yang haram menurut hukum Islam, dan saat proses persiapan, pengolahan, pengangkutan atau penyimpanan tidak mengalami kontak langsung dengan makanan yang haram. Persyaratan tersebut akan menjamin kualitas dan menjadi simbol dari *good quality* makanan halal.³⁶

Saat ini makanan halal tidak hanya merupakan suatu masalah keagamaan, tetapi juga dalam konteks bisnis dan perdagangan, makanan halal menjadi jaminan kualitas serta gaya hidup. Hal tersebut membuktikan adanya gejala perkembangan pasar halal secara global didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya mutu dan keamanan produk yang dikonsumsi serta terdapat pula pergeseran persepsi konsumen atas konsep halal.³⁷

2.2.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.

³⁵ Departemen Agama RI, “*Al-Qur’an dan terjemahannya*”, (Bandung : CV.penerbit Jumanatul Ali,2005), h. 25

³⁶ Tri, “*Halal Journal Malaysia*”, (Inggris, 2008). Diakses dari www.republika.co.id pada tanggal 22 Desember 2016.

³⁷ Market brief ITPC Osaka, 2013, “*Journal Product Halal*”, h.16.

Indikator kualitas produk yaitu:³⁸

1. *Performance* (kinerja),
berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan),
yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur),
Adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas),
Adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika),
Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

³⁸ Orville, Larreche, Boyd, “ *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*”, (Jakarta: Erlangga,2005), h. 422

7. *Perceived Quality* (kesan kualitas),

Sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal.

2.3 Penjualan

2.3.1 Pengertian Penjualan Secara Umum

Definisi penjualan disini cukup luas, ada beberapa ahli menyebutkan sebagai ilmu dan beberapa yang lain menyebutnya sebagai seni. Adapula yang memasukan sebagai etik dalam penjualan. Pada pokoknya, istilah penjualan dapat diartikan sebagai berikut :

Menjual adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli³⁹.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli).⁴⁰

³⁹ Basu Swastha, "*Manajemen Penjualan Edisi 3*," (Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta, Cet.Ke-2, 2018), h. 8-9.

⁴⁰ M. Nafarin, "*Penganggaran Perusahaan*",(Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 166.

2.3.2 Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kegiatan penjualan atau perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam bidang mu'amalah, yakni bidang yang berkenan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Aspek ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor ril. System ekonomi Islam tampaknya lebih mengutamakan sektor ril dibanding dengan sektor moneter, dan transaksi penjualan atau jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor yang dimaksud. Namun tidak semua praktek penjualan (perdagangan) boleh dilakukan. Perdagangan yang dijalankan dengan cara yang tidak jujur, mengandung unsur penipuan, yang karena itu ada pihak yang dirugikan dan praktek-praktek lain sejenisnya merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam.⁴¹

Dari perspektif agama aktivitas penjualan atau perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama bernilai ibadah. Artinya, dengan perdagangan itu, selain mendapatkan ketentuan-ketentuan material guna memenuhi kebutuhan ekonomi seorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Anjuran untuk melakukan kegiatan penjualan atau perdagangan dijelaskan dalam Al-Quran surat al-baqarah ayat 198 :

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ إِذَا أَقَضْتُمْ مِّن عَرَافَاتٍ فَأذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ
الْحَرَامِ وَادْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

⁴¹ <https://repository.uin-suska.ac.id/2784/4/BAB%20III.pdf> diakses pada tanggal 8 februari 2022

Artinya : “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.”

Dari keterangan ayat diatas dijelaskan bahwa Allah SWT menyuruh manusia untuk berusaha mencari rizki yang halal. Salah satu cara memperoleh rizki dari Allah SWT yaitu dengan melakukan perdagangan atau berusaha.⁴²

2.3.3 Hukum Penjualan Dalam Dunia Kewirausahaan

Dalam perniagaan, kita tidak hanya membicarakan penjual dan pembeli saja, tetapi dua objek itu tidak bisa dipisahkan dalam jual beli. Dalam hal ini dipakai hubungan sebab dan akibat atau saling pengaruh mempengaruhi, dan hubungan inilah yang disebut hubungan hukum⁴³. Dalam terjadinya jual beli, kita kenal ada hukum pembeli dan hukum penjual. Dalam hukum pembelian dikatakan tiap-tiap orang mau membeli suatu barang dengan uangnya, karena ia berpendapat bahwa barang itu lebih berharga, menguntungkan, dan memuaskan dari pada uang yang dikeluarkannya⁴⁴.

Sedangkan dalam hukum penjualan dikemukakan bahwa tiap orang mau menukarkan barangnya dengan uang, karena ia menganggap bahwa uang itu sangat diharapkannya dan akan menguntungkan serta hatinya⁴⁵. Urutan hukum penjualan adalah sebagai berikut :

⁴² Dapertemen Agama RI, *Mushaf...*,h.85

⁴³ H. Buchari Alma, “*Kewirausahaan*”, (Bandung : Alfabeta, Cet. Ke-21, 2016), h. 116-117.

⁴⁴ H. Buchari Alma, *Ibid. h. 117*.

⁴⁵ H. Buchari Alma, *Ibid.*

1. Tiap manusia adalah penjual.
2. Jual beli adalah pertukaran antara dua jenis barang dan jasa.
3. Orang-orang menjual sesuatu karena didorong oleh keuntungan dan kepuasan yang akan diperoleh dari hasil penjualan⁴⁶.

Jadi, antara hukum pembeli dan hukum penjualan dilapangan jual beli perlu diperhatikan oleh penjual agar bisa menyiapkan rencana penjualannya dengan baik.

2.3.4 Jual Beli Dalam Islam

Perdagangan adalah jual beli dengan tujuan untuk mencari keuntungan (laba)⁴⁷. Jual beli barang merupakan transaksi paling kuat dalam perdagangan (bisnis)⁴⁸. Menurut Imam Hanafi bahwa jual beli adalah tukar menukar harta atau barang dengan cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang disenangi dengan barang yang setara nilai dan manfaatnya nilainya setara dengan membawa manfaat bagi masing- masing pihak⁴⁹.

Sebagai salah satu bentuk transaksi, maka jual beli memiliki rukun dan syarat tertentu. Jumhur ulama menetapkan empat rukun jual beli, yaitu; para pihak yang bertransaksi (penjual dan pembeli), *sigat*(lafal ijab dan kabul), barang yang diperjualbelikan, dan nilai tukar pengganti barang.

Sementara syarat jual beli ada empat macam, yaitu syarat terpenuhinya akad (*syarut al-in'iqad*), syarat pelaksanaan jual beli (*syarut al-nafadz*), syarat sah

⁴⁶ H. Buchari Alma, *Ibid*.

⁴⁷ Shalah ash-Shawi & Abdullah al-Mushlih, "*Fikih Ekonomi Keuangan Islam*", (Jakarta : Darul Haq, 2004), h. 87.

⁴⁸ Shalah ash-Shawi & Abdullah al-Mushlih, *Ibid*.

⁴⁹ Imam Mustofa, "*Fiqih Mu'amalah Kontemporer*", (Jakrta : Rajawali Pers, Cet. 1, 2016), h. 21.

(*syarut al-sihah*), dan syarat mengikat (*syarut al-luzum*). Adanya syarat-syarat ini dimaksudkan untuk menjamin bahwa jual beli yang dilakukan akan membawa kebaikan bagi kedua belah pihak dan tidak ada yang dirugikan⁵⁰.

2.3.5 Empat Pilar Etika Bisnis Syariah

Menurut Hidayat ada empat pilar etika bisnis yang perlu diterapkan oleh seorang wirausahawan dalam perspektif Islam seperti yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW yaitu⁵¹:

1. Dunia adalah milik Allah, manusia hanya mendapatkan amanah untuk mengelolanya.
2. Tauhid artinya memandang bahwa segala asset dari transaksi bisnis yang terjadi di Adil artinya segala keputusan menyangkut transaksi dengan lawan bisnis atau kesepakatan kerja harus dilandasi dengan akad saling setuju.
3. Kehendak bebas artinya manajemen islam mempersilahkan umatnya untuk menumpahkan kreativitas dalam melakukan transaksi bisnisnya sepanjang memenuhi asas hukum ekonomi Islam, yaitu halal.
4. Pertanggungjawaban artinya semua keputusan seorang pimpinan harus dipertanggungjawabkan oleh yang bersangkutan.

⁵⁰Imam Mustofa, *Ibid*, h.25.

⁵¹ Yosy Arisandy, "Manajemen Laba Dalam Perspektif Islam", *MIZANI*, Vol. 25, No.2, Agustus 2015, h. 139.

2.4 Volume Penjualan

2.4.1 Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.⁵²

2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swasta sebagai berikut:⁵³

- a. Kondisi dan kemampuan penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:
 - 1) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan.
 - 2) Harga produk atau jasa.

⁵² Pakpahan, Efendi. "*Volume Penjualan*", (Jakarta:PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009),h.59

⁵³ Andi Azizah Nur Fitriah, "*Pengaruh Harga Jual dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Telur Itik di Kota Makasar*", Jurusan Sosial Ekonomi Pterernakan Fakultas Peternakan Universitas Hasanudin Makasar, 2013

- 3) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman
- b. Kondisi Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.
 - c. Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.
 - d. Kondisi organisasi perusahaan pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.
 - e. Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membelilagi barang yang sama.

2.4.3 Indikator Volume Penjualan

Untuk melihat volume penjualan dapat menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Harga jual

Harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi

penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

2. Produk

Produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.

3. Promosi

Promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

4. Saluran distribusi

Saluran distribusi merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang diujinya.

5. Mutu dan kualitas barang

Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling kepada produk lain. Setiap perusahaan memiliki design atau rancang bangun tertentu, akan sangat baik jika sebagaimana sifat uniknya membedakannya dengan perusahaan lain.

Peluang terobosan atau bagian keunggulan bersaing dalam hal-hal tertentu timbul dari penggunaan kekuatan ini pada saat yang sama dalam design atau rancang bangun.⁵⁴

2.5 Warung Bakso

2.5.1 Pengertian Warung Bakso

Usaha warung bakso merupakan salah satu usaha industri kecil yang bergerak di bidang pengolahan makanan cepat saji. Usaha ini juga merupakan makanan yang sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Industri kecil ini mampu memberikan tambahan pendapatan bagi penduduk sekitar dan juga dapat menampung penduduk yang menganggur dengan menyediakan lapangan pekerjaan pada industri tersebut.⁵⁵

2.6 Penelitian terdahulu

Penelitian ini bukanlah penelitian yang baru. Ada beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul dan metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
1	Deki kil'it ⁵⁶	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap	Kesamaan pada metode pengambilan sampel yang menggunakan	Perbedaan pada variabel X_1 (kualitas produk) dan variabel X_2	Menunjukkan bahwa : ada pengaruh secara parsial antara

⁵⁴<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9420/5/BAB%20II%20.pdf> diakses pada tanggal 10 februari 2022

⁵⁵<http://scholar.unand.ac.id/22461/2/bab%201%20pendahuluan.pdf> diakses pada tanggal 26 november 2021

⁵⁶ Deki kil'it, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Distro Popin Pangkal Pinang", Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung, 2016.

		Volume Penjualan adap Distro Popin Pangkal Pinang Angakatan 2016	metode berdasarkan kebetulan,dan kesamaan pada variabel y dan sama sama menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif	(harga)	kualitas produk,harga dengan volume penjualan
2.	Riyanti ⁵⁷	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk dalam Perspektif Islam terhadap Volume Penjualan (Penelitian di Toko Karomah Anak Cipeujeuh Wetan Kec. Lemahabang Kab. Cirebon) Angkatan 2019	Kesamaan pada variabel X ₁ (harga), Variabel X ₂ (kualitas produk) Y (volume penjualan) dan pada penelitiannya yaitu sama sama menggunakan penelitian kuantitatif	Perbedaan nya pada metode penelitian yaitu di Toko Karomah Anak Cipeujeuh Wetan Kec.Lembah Abang Kab.Cirebon.s edangkan penelitian ini pada warung Bakso Kunyah-Kunyah Adek Abang Kec.Peureulak Kab.Aceh Timur	Menunjukkan bahwa : volume setiap item yang dijual tidak diketahui omset total jumlah barang yang di jual, dikarenakan sistem yang dgunakan masih manual
3.	Afif fadin amrullah ⁵⁸	Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi	Persamaan pada penelitian yaitu sama sama	Perbedaannya pada pengambilan sampel yang	Menunjukkan bahwa : Hasil pengujian

⁵⁷ Riyanti, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk dalam Perspektif Islam terhadap Volume Penjualan (Penelitian di Toko Karomah Anak Cipeujeuh Wetan Kec. Lemahabang Kab. Cirebon)", Skripsi Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Bunga Bangsa Cirebon, 2019

⁵⁸ Afif Fadin Amrullah,"Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Volume Penjualan Makanan Mie Instan". Skripsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi,2013.

		Terhadap Volume Penjualan Makanan Mie Instan Angkatan 2013	penelitian kuantitatif dan kesamaan Kesamaan pada variabel Y (volume penjualan)	digunakan adalah <i>random sampling</i> . sedangkan penelitian ini menggunakan engambilan sampel dengan <i>sampling insidental</i> .	hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan. artinya semakin baik tingkat kualitas produk indomie maka akan menaikkan volume penjualan indomie.
4.	Ritahayani Ndruru ⁵⁹	Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada UD. Anis Berkat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan Angkatan 2018	Persamaan pada penelitian yaitu sama sama penelitian kuantitatif dan kesamaan pada variabel X ₁ dan Y dan pengambilan sampel sama2 menggunakan metode <i>sampling insidental</i> .	Perbedaannya pada studi kasus yaitu penelitian ini studi kasus pada warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur	Menunjukkan bahwa : harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan di UD. anis berkat teluk dalam kabupaten nias selatan.

⁵⁹Ritahayani Ndruru, "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada UD. Anis Berkat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan", Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan Telukdalam, 2018

5.	Nalalia faricha ⁶⁰	Pengaruh Kualitas Produk ,Harga, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus Angkatan 2019	Persamaannya adalah pada variabel Y. dan sama sama menggunakan metodologi kuantitatif. dan pengambilan sampel sama2 menggunakan metode <i>sampling insidental</i> .	Perbedaannya pada jumlah variabel yaitu 4 variabel sedangkan penelitian ini menggunakan 3 variabel	Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk,harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan.
----	-------------------------------	---	---	--	---

2.6.1 Hipotesis

Hipotesis secara sederhana dapat diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang harus diuji kebenarannya secara empiris. Hipotesis merupakan gabungan dari kata “Hipo” dan “Tesis” yang berarti kebenaran. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan barud apat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti.⁶¹ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀₁ = Tidak terdapat pengaruh harga terhadap volume penjualan di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang

⁶⁰Nalalia faricha, ‘Pengaruh Kualitas Produk ,Harga, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus’, Skripsi Prodi Namajemen Bisnis Syariah (MBS) Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, Angkatan 2019.

⁶¹Nur Ahmadi Bi Rahmani, “Metodologi Penelitian Ekonomi, Buku Ajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara”, (Medan, 2016), h. 25

- H_{a1} = Terdapat pengaruh harga terhadap volume penjualan di warung bakso
Kunyah Kunyah Adek Abang
- H₀₂ = Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di
warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang
- H_{a2} = Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di
warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang
- H₀₃ = Tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume
penjualan di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang
- H_{a3} = Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume
penjualan di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Selain itu penelitian kuantitatif juga menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel yang akan diteliti yaitu X_1 (Harga), X_2 (Kualitas produk), dan Y (Volume penjualan) agar didapat hasil yang akurat yaitu dilakukan pengujian statistik menggunakan SPSS agar hasil yang didapatkan positif dan signifikan.

Menurut Sugiono penelitian deskriptif kuantitatif adalah keakuratan deskripsi suatu variabel dan keakuratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lainnya. Pendekatan ini bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi islam yang dilakukan melalui pengumpulan data dan analisis kuantitatif (kuesioner) serta pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda.⁶²

⁶²Sugiyono, "Metode Penelitian Administrasi", Cet. Ke-19, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 91

Menurut Margono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih banyak menggunakan logika hipotesis verifikasi yang dimulai dengan berfikir deduktif untuk menurunkan hipotesis kemudian melakukan pengujian dilapangan dan kesimpulan atau hipotesis tersebut ditarik berdasarkan data empiris.⁶³ Metode ini juga disebut sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis.⁶⁴

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur , waktu penelitian ini dimulai pada bulan Januari sampai dengan bulan Maret tahun 2022.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Arikunto adalah keseluruhan subyek penelitian.⁶⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli atau konsumen yang pernah melakukan pembembelian di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tidak diketahui.

⁶³Ahmad Tanzeh, “*Metodologi Penelitian Praktis*”, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 64

⁶⁴Nur Ahmadi Bi Rahmani, “*Metodologi Penelitian Ekonomi*”, Buku Ajar Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016, h. 8

⁶⁵[http://etheses.uin-malang.ac.id/1843/6/07410130_Bab 3.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/1843/6/07410130_Bab%203.pdf) diakses pada tanggal 7 februari 2022

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁶⁶. Pada penelitian ini pelanggan yang menjadi sampel responden adalah konsumen yang sedang membeli di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang di Kota Peureulak Kabupaten Aceh Timur, dengan menggunakan pengambilan sampel *nonprobability* atau juga disebut nonpeluang, adalah pengambilan sampel dengan sengaja atau (*porposive*) dan bersifat subjektif.⁶⁷

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan dapat sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶⁸

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga, berikut rumus lemeshow yaitu :⁶⁹

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

⁶⁶ Sugiyono, *ibid.* h.81

⁶⁷ Rully Indrawan,& R. Poppy Yaniawati, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*", (Bandung : PT Refika Aditama, 2014), h.105

⁶⁸ Sugiono, "*Metode Penelitian Bisnis*",(Bandung : Alfabeta,2012), h. 56

⁶⁹ <https://eprints.umm.ac.id/48992/4/BAB%20III.pdf> diakses pada tanggal 8 februari 2022

Perhitungan sampelnya yaitu :

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot 0,5 \cdot (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,96}{0,01}$$

$$n = 96$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Metode angket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁰

Setelah mendapat data dari responden melalui kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik atau bantuan program SPSS (*Statistical for*

⁷⁰ Husein Umar, “*Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*”, Ed. 2. Cet. 13, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 142

Social Science).⁷¹ Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner (angket) yang menggunakan model skala likert dengan 5 opsi jawaban. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.⁷²

Adapun nilai kuantitatif yang telah disusun dilakukan dengan Skala Likert dan untuk satu nilai pilihan dinilai (*score*) dengan jarak interval 1. *Score* dari pilihan tersebut antara lain 1,2,3,4, dan 5. Skala Likert terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS dengan skor 1), Tidak Setuju (TS dengan skor 2), Kurang Setuju (KS dengan skor 3), Setuju (S dengan skor 4), dan Sangat Setuju (SS dengan skor 5). Masing masing nilai dari pilihan tersebut dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner

Skala pengukuran koesioner		
Kerangan	Simbol	Skor
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak setuju	TS	2
Kurang setuju	KS	3
Setuju	S	4
sangat setuju	SS	5

⁷¹Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 426

⁷² Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”.(Bandung : Penerbit Alfabeta,2013)h.,81.

3.5 Jenis dan Sumber Data

1. Data primer, yaitu data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya seperti, wawancara, angket dan pengamatan atau observasi.⁷³ Data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu dari responden adalah pengunjung atau konsumen yang memamakan bakso di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang.
2. Data skunder, yaitu data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya.⁷⁴ Seperti diperoleh dari literatur, skripsi, tesis, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan ekonomi atau data-data lain yang berhubungan dengan penelitian ini untuk dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini.

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang terdiri dari beberapa variabel yang akan diuji peneliti yaitu:

1. Variabel Bebas (Variabel Independen) adalah variabel yang mempengaruhi perubahan pada variabel terikat, dimana dalam penelitian ini terdiri dari harga (X_1), dan kualitas produk (X_2)

⁷³Azuar Juliandi dan Irfan , “*Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*”, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 67

⁷⁴Ibid, h. 67

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen) adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya perubahan dari variabel bebas, dimana dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu volume penjualan (Y).

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

1. Harga (X_1)

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.

2. Kualitas produk (X_2)

Kualitas produk menurut Kolter dan Armstrong sebagaimana yang dikutip dalam jurnal Yunita Sawitri dkk kualitas produk dan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya.

3. Volume Penjualan (Y)

Volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba.

Tabel 3.2 definisi operasional

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala ukur
Harga (X ₁)	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga dalam pasar 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. 	Skala likert
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana yang dikutip dalam jurnal Yunita Sawitri dkk kualitas produk dan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> (kinerja) 2. <i>Durability</i> (daya tahan) 3. <i>Comformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi) 4. <i>Features</i> (fitur) 5. <i>Reliability</i> (reliabilitas) 6. <i>Aesthetics</i> (estetika) 7. <i>Perceived Quality</i> (kesan kualitas) 	Skala likert
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga jual 2. Produk 3. Promosi 4. Saluran distribusi 5. Mutu dan kualitas barang 	Skala likert

3.7 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini pengujian validitas bertujuan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Untuk mealakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Adapun kriteria uji validitas adalah sebagai berikut:⁷⁵

- 1) H_0 ditolak, jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0.05)
- 2) H_0 diterima, jika jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0.05)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu koesioner dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai cronbach alpha diatas 0,6. Ketentuan uji reliabilitas adalah sebagai berikut:⁷⁶

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) atau kuesioner dinyatakan reliabel atau konstan.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0.60 artinya kuesioner tidak reliabel atau tidak konstan.

⁷⁵Nur Ahmadi Bi Rahmani, "Metodologi Peneliitian Ekonomi",..., h. 63

⁷⁶ Ghozali imam, "Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23", (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2016), h.55

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*, dengan kriteria kenormalan sebagai berikut :⁷⁷

- 1.) Signifikansi uji (α) = 0.05
- 2.) Jika Sig. > α , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
- 3.) Jika Sig. < α , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal

3.8.2 Uji Linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada linearity $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.⁷⁸

⁷⁷ Juliansyah, “*Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*”, (Jakarta: Gramedia, 2014), h. 47.

⁷⁸ Sugiyono & Agus Susanto, “*Cara mudah belajar SPSS & Lisrel*”, CV. (Bandung : Alfabeta ,2015), h.323

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan VIF 10. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁷⁹

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya sebagai berikut:⁸⁰

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁷⁹*Ibid*, h. 95

⁸⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 125-126.

3.9 Teknik Analisa Data

3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif

Teknik Analisis statistik deskriptif kuantitatif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan.⁸¹

3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan suatu prosedur statistik dalam menganalisis hubungan antara satu variabel atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.⁸² Bentuk umum Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan : Y = volume penjualan

a = konstanta

b_1, b_2, \dots, b_n = koefisien regresi dari variabel bebas

X_1 = harga

X_2 = kualitas produk

⁸¹ <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif>. diakses pada tanggal 7 february 2022

⁸² Ferdinand, Augusty, "*Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*", (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), h. 295

E= vektor pengganggu dari luar model (*error*)

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistik sehingga relative mendekati suatu kebenaran yang diharapkan. Dengan demikian, orang lebih mudah menerima suatu penjelasan pengujian, sampai sejauh mana hipotesis penelitian diterima atau ditolak.

3.10.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Ketentuan uji T sebagai berikut : ⁸³.

- 1) Jika nilai signifikansi $<$ probabilitas 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas (X) secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika nilai signifikansi $>$ probabilitas 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas (X) secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

3.10.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, yang ditunjukkan dalam tabel anova. Jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka keputusannya adalah diterima H_0 atau variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi $<$ 0,05

⁸³*Ibid.*

maka keputusannya adalah tolak H_0 atau variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Ketentuan uji F adalah sebagai berikut :⁸⁴

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semua variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya semua variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen akan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.⁸⁵

⁸⁴ Basuki, Agus Tri dan Prawoto, Nano, “*Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis :dilengkapi SPSS & EVIEWS*”, (Depok: PT.Raja Grafindo Persada, 2016) h.52

⁸⁵ Imam Ghazali II, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*”, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2011), h. 95

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang merupakan salah satu warung bakso di Kota Peureulak yang menyajikan berbagai jenis hidangan bakso. Warung bakso tersebut didirikan oleh bapak Zakaria dan ibuk Devi. Lokasi bakso Kunyah Kunyah Adek Abang saat ini terletak di Jl. Medan Banda Aceh Kec.Peureulak Kab.Aceh Timur.

Pemilik warung tersebut bermula dari coba-coba akhirnya mereka membuat bakso yang berbeda dari yang lainnya. Akhirnya mereka membuat bakso pedas yang di dalamnya ada bakso kecil, telur puyuh, dan daging cincang atau saat ini lebih dikenal dengan bakso mercon atau bakso super.

Jumlah karyawan di warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang berjumlah 5 orang. Warung bakso tersebut buka setiap hari dari pukul 09.00 sampai pukul 22.00. Begitupun saat bulan puasa, namun hanya buka dari pukul 16.00 sampai 23.30.

Produk andalan warung bakso kunyah kunyah adek abang adalah bakso merconnya yang mana merupakan jenis bakso yang telah ada sejak dulu saat mulai berjualan. Selain bakso mercon, ada juga bakso biasa dan bakso super jumbo.

Bangunan warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang menyajikan tempat duduk bangku dan lesehan. Fasilitas yang tersedia di warung tersebut tempat

parkir, toilet, dan musolla.⁸⁶

4.1.2 Visi Dan Misi

Menciptakan lapangan pekerjaan untuk lingkungan sekitarnya, dan menyediakan rasa bakso yang enak, sehat dan harga yang terjangkau.

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Sebelum melakukan analisa dalam penelitian ini, terlebih dahulu akan dikemukakan gambaran karakteristik responden yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, jumlah penghasilan/uang saku perbulan, dan jumlah pengeluaran perbulan. Adapun karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah responden	Persentase
1.	Pria	39	40,6%
2.	Wanita	57	59,4%
	Total	96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa jenis kelamin pria sebanyak 39 responden atau 40,6%, dan jenis kelamin wanita sebanyak 57 responden atau 59,4%. Ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pengunjung atau pembeli wanita .

⁸⁶ Wawancara dengan Buk Devi selaku Pemilik Warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec.Peureulak Kab.Aceh Timur , 1 juli 2021

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah responden	Persentase
1	18	6	6,3%
2.	20	6	6,3%
3.	21	9	9,3%
4.	22	31	32,3%
5.	23	5	5,2%
6.	24	2	2,1%
7.	26	8	8,3%
8.	27	5	5,2%
9.	28	2	2,1%
10.	30	6	6,3%
11.	32	2	2,1%
12.	36	3	3,1%
13.	48	9	9,3%
14.	50	2	2,1%
	Total	96	100%

Sumber : Data Primer di Olah,2022

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan usia di atas menunjukkan bahwa usia pengunjung atau pembeli di warung bakso kunyah kunyah adek abang yang menjadi sampel dalam penelitian ini bervariasi, diketahui dari tabel mulai usia 18 tahun hingga 50 tahun. Jumlah responden terbanyak yaitu usia 22 tahun sebanyak 31 responden atau 32,3%, selanjutnya usia 21 tahun sebanyak 9 responden atau 9,3%, usia 48 tahun sebanyak 9 responden atau 9,3%, usia 26 tahun sebanyak 8 responden atau 8,3%, usia 18 tahun sebanyak 6 responden atau 6,3%, usia 20 tahun sebanyak 6 responden atau 6,3%, usia 30 tahun sebanyak 6 responden atau 6,3%, usia 23 tahun sebanyak 5 responden atau 5,2%, usia 27 tahun sebanyak 5 responden atau 5,2%, usia 36 tahun sebanyak 3 responden atau 3,1%, usia 24 tahun sebanyak 2 responden atau 2,1%, usia 28 tahun sebanyak 2 responden atau 2,1%, usia 32 tahun sebanyak 2 responden atau 2,1%, dan usia 50 tahun sebanyak 2 responden atau 2,1%

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku

No	Penghasilan/uang saku perbulan	Jumlah responden	Persentase
1.	< Rp. 500.000	44	45,83%
2.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	39	40,63%
3.	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	13	13,54%
	Total	96	100%

Sumber : Data primer diolah,2022

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan penghasilan/uang saku di atas menunjukkan bahwa sebagian besar dari jumlah responden mempunyai penghasilan/uang saku per bulannya sebesar < Rp.500.000 yaitu sebanyak 44 orang responden atau 45,83 %, selanjutnya penghasilan/uang saku Rp.500.000-Rp.1.000.000 sebanyak 39 orang atau 40,63 %,dan penghasilan/uang saku Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 sebanyak 13 orang atau 13,54%, Ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden dengan penghasilan/uang saku sebesar < Rp.500.000.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pebulan

No	Pengeluaran perbulan	Jumlah Responden	Persentase
1.	< Rp. 500.000	56	58,3%
2.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	36	37,5%
3.	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	4	4,2%
	Total		100%

Sumber : data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar dari jumlah responden mempunyai pengeluaran per bulannya sebesar < Rp.500.000 yaitu sebanyak 56 orang responden atau 58,3 %, selanjutnya responden dengan pengeluaran sebesar

Rp.500.000-Rp.1.000.000 sebanyak 36 orang atau 37,5 %, dan responden dengan pengeluaran sebesar Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 sebanyak 4 orang atau 4,2 %, Ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden dengan pengeluaran per bulannya sebesar < Rp.500.000.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS versi 22 yang digunakan untuk mengetahui kevalitan atau kesesuaian angket (kuesioner) dalam suatu penelitian. Salah satu dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$), maka butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, begitu pun sebaliknya. Nilai r_{tabel} dilihat berdasarkan nilai alpha dan df, adapun nilai alpha = 0,05 dan nilai df = n-2 (96-2) = 94, maka besarnya nilai r_{tabel} adalah 0,2006. Hasil uji validitas kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Validitas

No. Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X₁)			
X1.1	0,855	0,2006	Valid
X1.2	0,842	0,2006	Valid
X1.3	0,754	0,2006	Valid
X1.4	0,832	0,2006	Valid
Kualitas Produk(X₂)			
X2.1	0,587	0,2006	Valid
X2.2	0,619	0,2006	Valid
X2.3	0,543	0,2006	Valid
X2.4	0,548	0,2006	Valid
X2.5	0,815	0,2006	Valid
X2.6	0,818	0,2006	Valid

X2.7	0,585	0,2006	Valid
Volume Penjualan (X₃)			
Y.1	0,847	0,2006	Valid
Y.2	0,774	0,2006	Valid
Y.3	0,807	0,2006	Valid
Y.4	0,877	0,2006	Valid
Y.5	0,897	0,2006	Valid

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 22, 2022

Pada tabel hasil uji validitas di atas dapat dilihat bahwa perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner pada instrumen penelitian baik dari pernyataan kuesioner variable Harga, kualitas produk, dan volume penjualan dapat dinyatakan layak sebagai alat ukur atau pengumpulan data dalam penelitian. Dalam makna lain bahwa semua pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan variabel Harga, kualitas produk, dan volume penjualan.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu kuesioner yang digunakan peneliti, sehingga kuesioner tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian. Jika pengukuran hasil jawaban responden konsisten dan terpercaya maka dapat dikatakan reliabel, yaitu dengan melihat nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) > 0,60 (standar Alpha). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Maka hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Alpha Standar	Keterangan
Harga (X_1)	0,820	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,762	0,60	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0,846	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olah data dari SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada semua variabel lebih besar dari nilai alpha standar yaitu > 0,60. Untuk nilai *Cronbach's Alpha* variabel Harga (X_1) yaitu $0,820 > 0,60$. Variabel kualitas produk (X_2) yaitu $0,763 > 0,60$, dan yang terakhir variabel Volume Penjualan (Y) yaitu $0,846 > 0,60$. Maka dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa semua jawaban dari instrumen pernyataan semua variabel yang diuji memiliki reliabilitas yang kuat atau tinggi.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang sama atau berdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Test*.

Tabel 4.7
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,25749878	
Most Extreme Differences	Absolute	,135	
	Positive	,135	
	Negative	-,062	
Test Statistic		,135	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,054 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,048
		Upper Bound	,059

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil olah data dari SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,054 > 0,05$, dan dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan berarti sampel yang diambil dalam penelitian ini berasal dari populasi yang sama.

4.4.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah dua variabel atau lebih memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Dalam hal ini pengujian linearitas dilakukan dengan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear. Hasil uji linearitas dalam dapata dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Volume penjualan* Harga	Between Groups	88,406	7	12,629	7,030	,000
	Linearity	64,119	1	64,119	35,693	,000
	Deviation from Linearity	24,287	6	4,048	2,253	,045
	Within Groups	158,083	88	1,796		
Total		246,490	95			

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Volume penjualan* Kualitas produk	Between Groups	127,575	11	11,598	8,193	,000
	Linearity	85,013	1	85,013	60,052	,000
	Deviation from Linearity	42,562	10	4,256	3,007	,003
	Within Groups	118,915	84	1,416		
Total		246,490	95			

Sumber: Hasil olah data pada SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi *Linearity* dari hubungan harga terhadap volume penjualan yaitu $0,000 < 0,05$. Dan Hubungan kualitas produk terhadap volume penjualan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara harga, kualitas produk terhadap volume penjualan.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent yang ada dalam penelitian ini. Model regresi yang baik yaitu ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independent (tidak terjadi gejala multikolinearitas). Metode untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas antar variabel yaitu dapat dilihat pada *Tolerance Value* (TV) dan *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika $TV < 0.10$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Atau sebaliknya jika $TV > 0.10$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dari model regresi dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,562	1,584		4,774	,000		
Harga	,253	,096	,260	2,639	,010	,676	1,480
kualitas produk	,270	,061	,439	4,461	,000	,676	1,480

a. Dependent Variable: volume penjualan
Sumber: Hasil olah data pada SPSS 22, 2022

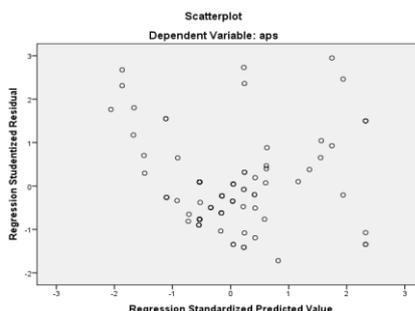
Berdasarkan tabel multikolinearitas di atas dapat diketahui bahwa semua variabel independen memiliki nilai TV > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.4 Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji heterokedastisitas dengan metode analisis grafik. Metode ini dilakukan dengan mengamati *scatterplot*. Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu maka menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas pada model regresi. Sedangkan jika scatterplot menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah pada model regresi.⁸⁷ Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heterokedastisitas (homeskedastisitas). Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:

⁸⁷Riton Perwira Budi, "SPSS 13 Terapan", Riset Statistik, h. 95.

Gambar 4.1
Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil olah data pada SPSS 22, 2022

Berdasarkan gambar uji heterokedastisitas di atas diketahui bahwa *scatterplot* di atas terlihat menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu *regression studentized residual*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasil analisis linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,562	1,584		4,774	,000
Harga	,253	,096	,260	2,639	,010
Kualitas produk	,270	,061	,439	4,461	,000

a. Dependent Variable: volume penjualan
Sumber: Hasil olah data pada SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel Analisis Regresi Linear Berganda di atas, di ketahui bahwa nilai koefisien variabel harga(X_1) yaitu 0,253, dan nilai koefisien variabel kualitas produk (X_2) yaitu 0,270, dan maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,562 + 0,253 (X_1) + 0,270 (X_2)$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif sebesar 7,562 artinya jika variabel independen dianggap konstan.
2. Nilai koefisien variabel harga (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,253. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan dan berarti bahwa setiap penambahan satu poin harga akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0,253 kali.
3. Nilai koefisien variabel kualitas produk(X_2) bernilai positif sebesar 0,270. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap yang berarti bahwa setiap penambahan kualitas produk sebesar satu poin akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0,270 kali.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t biasanya digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh masing-masing dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam regresi ini melihat pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap volume penjualan dengan nilai signifikansi 0,05 (5%) dengan nilai *degree of freedom* (df) = n-k atau

96-3 = 93, maka hasil ttabel yaitu sebesar 1,661. Adapun kriteria dalam menentukan hasil hipotesis dengan melakukan uji t adalah dengan membandingkan hasil dari thitung dengan ttabel yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau thitung > ttabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel bebas (X) secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).
2. Jika nilai sig > 0,05 atau thitung < ttabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya variabel bebas (X) secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.11
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,562	1,584		4,774	,000
Harga	,253	,096	,260	2,639	,010
kualitas produk	,270	,061	,439	4,461	,000

a. Dependent Variable: volume penjualan
Sumber: Hasil olah data pada SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel uji parsial di atas, maka hasil dari uji analisis uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada variabel harga (X_1), diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar 2,639 dan nilai signifikansi sebesar 0,010. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,639 > 1,661 dan nilai sig < 0,05 atau 0,010 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan (Y) pada warung bakso kunyah kunyah adek abang.

2. Pada variabel kualitas produk (x_2), diketahui bahwa nilai t_{hitung} yaitu sebesar 4,461 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,461 > 1,661$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (x_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan (Y) pada warung bakso kunyah kunyah adek abang.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji variabel bebas secara simultan dapat dilakukan dengan cara melakukan uji F. Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Dengan pengambilan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semua variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai $sig > 0,05$ atau nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya semua variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Untuk melihat nilai F_{tabel} adalah $df_1; df_2$, $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$ dan $df_2 = N-k = 96-3 = 93(2;93)$, maka nilai F_{tabel} adalah 3,09. Hasil uji simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel ANOVA berikut:

Tabel 4.12
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,266	2	48,133	29,798	,000 ^b
	Residual	150,224	93	1,615		
	Total	246,490	95			

a. Dependent Variable: volume penjualan

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

Sumber: Hasil olah data SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel uji simultan atau uji F di atas diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel harga, dan kualitas produk terhadap volume penjualan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} (29,798) > F_{tabel} (3,09)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu pengaruh harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu volume penjualan.

4.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat diukur dari *R-Square*. Berikut adalah nilai Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*), yaitu :

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,625 ^a	,391	,377	1,271

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

Sumber: Hasil olah data SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi di atas, diketahui nilai *adjusted R square* (koefisien determinasi) adalah sebesar 0,377 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) adalah sebesar 37,7 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Hipotesis pertama

Berdasarkan pengujian dari hipotesis pertama menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga dan volume penjualan. Dari jawaban koesioner yang diisi oleh responden, pemilik warung bakso kunyah kunyah adek abang memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk, pemilik warung juga memberikan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen , selain itu pemilik warung juga menyediakan produk yang berkualitas sehingga dapat bersaing dengan warung lainnya. Dengan ini menyatakan bahwa harga dapat berpengaruh terhadap volume penjualan, karena jika harga produk yang kita jual terlalu mahal maka barang menjadi kurang laku, maka volume penjualan akan menurun, begitu juga sebaliknya.

Hal ini sama seperti teori yang dijelaskan oleh Rudianto yaitu bahwa apabila harga jual terlalu tinggi, maka konsumen akan mengurangi jumlah pembelian produk atau bahkan tidak akan membeli produk yang di jual. Dalam hal ini dikatakan bahwa harga jual dapat mempengaruhi keputusan kosumen untuk melihat suatu produk yang akan memberikan dampak pada volume penjualan.

4.7.2 hipotesis kedua

Berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan. Dari jawaban koesioner yang diisikan oleh responden, pemilik warung membuat beberapa variasi produk dan ukuran bakso agar konsumen tertarik dengan variasi variasi ukuran bakso tersebut, dengan membuat variasi ukuran bakso maka konsumen bisa memilih bakso mana yang ingin di beli sesuai dengan kebutuhannya, kemudian pemilik warung juga menyediakan menu agar konsumen atau pembeli mudah dalam memesan makanan atau minuman, selain itu karyawan di warung bakso kunyah kunyah adek abang juga sangat ramah dan pelayanannya sangat cepat. Dengan ini menyatakan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap volume penjualan, karena jika kualitas yang disediakan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan mengurangi jumlah pembelian produk atau bahkan tidak akan membeli produk yang di jual.

Hal ini sama seperti teori yang dijelaskan oleh Fandy Tjiptono yaitu kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk.

Setelah peneliti memperoleh data-data dari hasil observasi, kuesioner, dan data-data kepustakaan baik yang diperoleh secara langsung dari jurnal-jurnal, literatur, dokumen, skripsi, tesis dan buku-buku yang berkaitan dengan ekonomi dengan judul penelitian “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec.Peureulak Kab.Aceh Timur)”. Maka sebagai

langkah selanjutnya peneliti akan menganalisa data yang telah peneliti kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap volume penjualan di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec.Peureulak Kab. Aceh Timur.

Berdasarkan hasil olah data SPSS pada penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan . Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,639 > 1,661$ dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0,010 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Deki kil'it yang berjudul "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan pada distro popin pangkal pinang", menyatakan bahwa variabel harga memengaruhi volume penjualan secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki nilai yang positif terhadap volume penjualan sehingga semakin harga yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen maka akan semakin meningkat volume penjualan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyanti yang berjudul "Pengaruh harga dan kualitas produk dalam perspektif islam terhadap volume penjualan " Menyatakan bahwa harga terhadap volume penjualan di toko karomah anak tidak berpengaruh. yang artinya jika perusahaan kurang tepat menetapkan harga maka hal ini dapat berakibat fatal terhadap volume penjualan.

Bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan penjualan atau volume penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Hal ini berbanding dengan penelitian yang dilakukan oleh ritahayani ndruru yang berjudul:” Pengaruh harga dan promosi terhadap volume penjualan pada UD.anis berkat teluk dalam kabupaten nias selatan”.

Hal tersebut juga berbanding dengan penelitian dilakukan oleh Nalalia faricha, ”Pengaruh Kualitas Produk ,harga, dan promosi Terhadap volume penjualan pada UKM khilda collection jepang pakis kudus”, yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Artinya bahwa harga yang bervariasi, harga terjangkau, harga sesuai dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kualitas dapat meningkatkan volume penjualan.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di warung bakso kunyah kunyah adek abang kec.peureulak kab. Aceh timur.

Berdasarkan hasil olah data SPSS pada penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan . Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 4,461 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,461 > 1,661$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap

volume penjualan pada warung bakso kunyah kunyah adek abang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deki kil'it yang berjudul, "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan pada distro popin pangkal pinang ," menyatakan bahwa kualitas produk memiliki nilai yang positif terhadap volume penjualan, artinya semakin berkualitasnya produk yang di jual maka semakin rame konsumen yang akan membelinya dan dengan itu maka semakin meningkat volume penjualannya.

Bebeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyanti yang berjudul "Pengaruh harga dan kualitas produk dalam perspektif islam terhadap volume penjualan" , Menyatakan bahwa kualitas produk terhadap volume penjualan di toko karomah anak tidak berpengaruh. Yang artinya jika perusahaan kurang tepat menetapkan harga maka hal ini dapat berakibat fatal terhadap volume penjualan. Artinya jika kualitas produk yang disediakan tidak dapat membuat konsumen merasa puas dan produk yang dijual tidak sesuai dengan keinginan atau minat konsumen maka konsumen tidak akan membeli lagi produk kita. Dengan itu volume penjualan menjadi menurun.

Hal tersebut juga berbanding dengan penelitian yang dilakukan oleh Nalalia faricha, yang berjudul, "Pengaruh Kualitas Produk ,harga, dan promosi Terhadap volume penjualan pada UKM khilda collection jepang pakis kudu ", yang menyatakan bahwa kualitas produk pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Artinya kualitas produk yang memiliki kinerja, keistimewaa tambahan, sesuai dengan signifikansi, yang dipersepsikan, dan kemudahan perbaikan dapat meningkatkan volume penjualan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga , dan kualitas produk terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:.

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa harga (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh timur, dimana nilai koefisien harga sebesar 0,253 dan t_{hitung} sebesar 2,639 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,639 > 1,661$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$). maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur, dimana nilai koefisien kualitas produk bertanda positif yaitu 0,270 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,461 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,661 ($4,461 > 1,661$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas produk berpengaruh

secara signifikan terhadap volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur.

3. Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji F, dimana nilai F_{hitung} sebesar 29,798 lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,09 ($29,798 > 3,09$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*) sebesar 0,377 yang artinya kontribusi harga, kualitas produk dalam menjelaskan variabel volume penjualan pada warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur sebesar 37,7 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas, maka peneliti membuat saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan peneliti agar berpikir kritis.

2. Bagi warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang

Dalam kondisi harga bahan baku yang tidak stabil, sebaiknya pemilik warung bakso tetap menetapkan harganya seperti harga biasanya.

Pemilik warung juga perlu menjaga kualitas produk yang dimilikinya

dengan cara menjaga kuah bakso agar tetap hangat atau panas.

3. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

bagi peneliti selanjutnya, hendaknya memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang penetapan harga dan kualitas produk. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, Penanggungjawab Abdul Aziz. *Alqur'an Hafalan Mudah AL-HUFAZ*, Bandung : Cordoba, Edisi cetak, 2019
- A. Hamdani, Rambat Lupiyado. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Al-Mushlih, &Abdullah, Shalah ash-Shawi. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta : Darul Haq, 2004
- Amrullah, Afif Fadin. *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Volume Penjualan Makanan Mie Instan*, Skripsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, 2013.
- A.R, Anggitan Rizana. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variable Intervening*, Skripsi Universitas Dian Nusantoro, 2013
- Arif, Mts. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang: Bayu Media Publishing, 2007
- Arisandy, Yosy. *Manajemen Laba Dalam Perspektif Islam*, MIZANI, Vol. 25, No.2, Agustus 2015
- Armstrong, Garry, Philip kolter. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, jakarta : Erlangga, 2008
- Augusty, Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*”, (semarang: universitas diponegoro, 2006
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung : Alfabeta, 2013.
- Boyd, Orville, Larreche. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Jakarta: Erlangga, 2005
- Chaudhry, Muhammad Syarif. *Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Fajar Interpretam Mandiri, cet. 2, 2010.
- Dahlan, Abd. Rahman. *Ushul fiqh, cet III*, Jakarta : Amzah, 2014.
- Efendi, Pakpahan. *Volume Penjualan*, Jakarta: PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009

- faricha, Nalalia. *Pengaruh Kualitas Produk ,Harga, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus*, Skripsi Prodi Namajemen Bisnis Syariah (MBS) Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, Angkatan 2019
- Fitriah, Andi Azizah Nur. *Pengaruh Harga Jual dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Telur Itik di Kota Makasar*, Jurusan Sosial Ekonomi Peterenakan Fakultas Peternakan Universitas Hasanudin Makasar, 2013.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005
- Ghazali II, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2011
- Hadad, , Muliaman Darmansyah, Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoni. *Islamic Business Management : Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*, Yogyakarta: BPF,2014
- <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif>. diakses pada tanggal 7 februari 2022
- <http://etheses.iainkediri.ac.id/1334/3/931325514%20BAB%20II.pdf> diakses pada tanggal 5 februari 2022
- <http://etheses.iainkediri.ac.id/545/3/BAB%20II.pdf> diakses pada tanggal 5 februari 2022
- <http://digilib.unimed.ac.id/29917/8/9.%20NIM.%205131142007%20CHAPTER%20I.pdf> diakses pada tanggal 10 februari 2022
- http://eprints.ums.ac.id/29246/13/9RR._NASKAH_PUBLIKASI.pdf diakses pada tanggal 8 februari 2022
- <https://repository.uin-suska.ac.id/2784/4/BAB%20III.pdf> diakses pada tanggal 8 februari 2022
- <http://scholar.unand.ac.id/22461/2/bab%201%20pendahuluan.pdf> diakses pada tanggal 26 november 2021
- <https://eprints.umm.ac.id/48992/4/BAB%20III.pdf> diakses pada tanggal 8 februari 2022

- <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9420/5/BAB%20II%20.pdf> diakses pada tanggal 10 februari 2022
- [http://etheses.uin-malang.ac.id/1843/6/07410130_Bab 3.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/1843/6/07410130_Bab%203.pdf) diakses pada tanggal 7 februari 2022
- imam, Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016
- Ja'far, H. A. Khumedi. *Hukum Perdana Islam di Indonesia*, Bandar Lampung : Permatanet Publishing, 2016
- Juliansyah, Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen, (Jakarta: Gramedia, 2014.
- Keller, Kevin Lane dan Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2009
- kil'it, Deki. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan pada Distro Popin Pangkal Pinang*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung, 2016.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*,(edisi 13), Jakarta : Erlangga,2008
- Mey, & Franky, Hetty. *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori Dan Praktik, Indeks*, Jakarta, 2016
- Munawarah, Siswa SMA Negeri 1 Peureulak. *Wawancara Langsung*, Pada tanggal 20 september 2021.
- Mustofa, Imam. *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, Jakrta : Rajawali Pers, Cet. 1, 2016.
- Nano, Basuki, Agus Tri dan Prawoto. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : dilengkapi SPSS & EVIEWS*, Depok: PT.Raja Grafindo Persada, 2016.
- Nafarin, M. *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Ndruru, Ritahayani.*Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada UD.Anis Berkat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan*, Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan Telukdalam, 2018
- Nurseto, Sendhang & Yunita Sawitri, Wahyu Hidayat. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial, dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan*

- Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio di Yamaha Agung Motor Semarang*, Diponegoro Journal of Social And Politic, 2013.
- Osaka, Market brief ITPC . *Journal Product Halal*, 2013
- R. Poppy Yaniawati & Rully Indrawan, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*”, Bandung : PT Refika Adi tama, 2014
- Rahman, Taufiq. *Manajemen Pemasaran*, Medan : Perdana Publishing 2010
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Buku Ajar Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016
- Reality, Tim. *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Bandung : CV.penerbit Jumanatul Ali,2005
- Riyanti. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk dalam Perspektif Islam terhadap Volume Penjualan (Penelitian di Toko Karomah Anak Cipeujeuh Wetan Kec. Lemahabang Kab. Cirebon)*, Skripsi Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Bunga Bangsa Cirebon, 2019
- Sholahuddin,M. *Asas-Asas Ekonomi Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Sumiati,dan Ummu Habibah. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*, Volume 1, Nomor 1 , Maret 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*, Cet. Ke-19, Bandung: Alfabeta,2011
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta,2012
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung : Penerbit Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Susasnto, Agus & Sugiyono. *Ccara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*, CV. Bandung : Alfabeta ,2015

- Swastha, Basu. *Manajemen Penjualan Edisi 3*, Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, Cet.Ke-2, 2018..
- Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011
- Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing, 2004
- Tri. *Halal Journal Malaysia*, Inggris, 2008, Diakses dari www.republika.co.id pada tanggal 22 Desember 2016
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Ed. 2. Cet. 13, Jakarta: Rajawali Pers, 2014
- Wawancara dengan Buk Devi selaku Pemilik Warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec.Peureulak , 1 juli 2021

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

**(Studi Kasus Di Warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec.
Peureulak Kab. Aceh Timur)".**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan program Sstudi S1 Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, maka saya melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Warung Bakso Kunyah Kunyah Adek Abang Kec. Peureulak Kab. Aceh Timur)**".

Peneliti memahami waktu saudara/i sangatlah terbatas dan berharga, namun peneliti juga berharap kesediaan saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi secara lengkap koesioner yang terlampir.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas ketersediaan saudara/i telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam koesioner ini.

Peueulak, 18 februari 2022

peneliti

Muqarramah

a. Petunjuk Pengisian

1. Isilah identitas Anda dengan lengkap.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat.
3. Isilah sesuai dengan keadaan sebenarnya, kuesioner ini bertujuan untuk kepentingan penelitian

b. Identitas responden

Nama :
Jenis kelamin : a. Pria b. wanita
Usia :

Penghasilan/Uang Saku Perbulan:

- <Rp.500.000
- Rp.500.000 – Rp.1.000.000
- Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000
- >Rp.2.000.000

Pengeluaran Perbulan:

- <Rp.500.000
- Rp.500.000 – Rp.1.000.000
- Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000
- >Rp.2.000.000

c. Cara pengisian

Saudara/i cukup memberikan tanda cek list (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat saudara/i. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban.

Adapun pilihan jawabannya adalah:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS :Sangat Setuju

d. Pernyataan penelitian

Variabel X₁ : Harga

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa harga di warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang sangat terjangkau					
2.	Harga produk di warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang sesuai dengan kualitas yang ada					
3.	Harga produk di warung Kuyah Kuyah Adek Abang dapat bersaing dengan produk lain					
4.	Harga produk di warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					

Variabel X₂: Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Produk yang tersedia di warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang sudah jelas keamanan (halal) saat dikonsumsi					
2.	Produk yang tersedia di warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang tidak pernah berada di masa kadaluwarsa					
3.	Warung bakso Kuyah Kuyah Adek Abang hanya menjual produk dengan label halal					
4.	Warung bakso Kuyah Kuyah					

	Adek Abang memberikan kemudahan bagi pembeli dalam memesan makanan/minuman dengan memberikan menu.					
5.	Produk yang ada di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang sesuai dengan kebutuhan konsumen					
6.	Varian produk dan ukuran yang tersedia di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang sudah sesuai dengan harapan konsumen					
7.	Pelayana di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang sangat ramah dan cepat.					

Variabel Y : Volume Penjualan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Harga produk yang dijual di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang terjangkau					
2.	Produk yang dijual di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang sangat berkualitas					
3.	Warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang sering mengadakan promosi harga					
4.	Saluran distribusi mendatangkan manfaat bagi warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang dan konsumen					
5.	Kualitas produk di warung bakso Kunyah Kunyah Adek Abang sangat bagus					

Lampiran 2. Data tabulasi koesioner

No	Harga					Kualitas produk							
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	X1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	X2
1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	4	4	31
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
6	4	4	3	4	15	4	4	5	5	4	4	4	30
7	4	4	4	5	17	4	4	5	5	4	4	3	29
8	4	4	5	4	17	5	4	4	5	3	4	4	29
9	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	4	5	4	17	4	4	5	5	4	4	5	31
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	4	5	30
13	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	3	3	28
14	4	4	5	4	17	4	5	4	4	3	3	3	26
15	4	4	5	4	17	4	4	4	4	3	3	4	26
16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	5	5	32
17	4	4	4	4	16	5	5	4	5	5	5	5	34
18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	2	14	5	3	4	4	3	3	3	25
20	4	4	5	4	17	5	4	5	5	4	4	5	32
21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	3	4	4	15	4	4	5	4	4	3	3	27
24	4	4	3	3	14	4	4	4	4	3	3	3	25
25	4	4	3	4	15	4	4	4	5	4	4	4	29
26	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	4	5	29
27	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
28	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
30	4	4	5	4	17	4	4	5	4	4	4	5	30
31	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	3	3	25
33	5	4	5	4	18	5	4	5	5	4	3	4	30
34	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	5	4	32
35	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	4	3	29
36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28

37	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	4	27
38	4	4	4	4	16	4	4	4	5	3	3	3	26
39	4	4	4	3	15	4	4	4	5	3	3	4	27
40	4	4	5	4	17	4	4	5	4	5	4	4	30
41	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
42	4	4	5	5	18	4	4	4	4	3	3	4	26
43	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	5	3	30
44	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	5	35
45	4	4	4	4	16	4	5	4	4	5	5	5	32
46	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	4	5	30
47	4	3	5	3	15	4	4	4	5	3	3	4	27
48	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	3	4	28
50	4	4	5	4	17	5	4	4	4	4	4	5	30
51	5	5	5	5	20	4	4	5	5	4	4	3	29
52	4	4	3	3	14	4	4	4	4	3	4	4	27
53	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
54	4	4	5	4	17	4	4	5	4	5	5	5	32
55	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
56	4	4	5	5	18	4	4	4	5	4	4	3	28
57	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	3	2	25
58	4	4	4	4	16	5	4	4	5	5	4	4	31
59	5	4	5	5	19	5	5	5	4	5	5	4	33
60	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	4	5	31
62	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	3	31
63	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	5	5	32
64	4	4	5	3	16	4	4	5	5	4	4	3	29
65	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
66	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	5	5	30
67	4	4	5	4	17	4	4	5	5	3	3	4	28
68	4	4	5	5	18	4	4	5	4	5	4	3	29
69	4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	4	3	31
70	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
71	4	4	4	5	17	5	5	5	4	4	4	4	31
72	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
73	5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	5	3	30
74	3	3	4	4	14	4	4	4	4	3	4	3	26
75	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
76	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	4	33
77	4	4	4	5	17	4	5	5	5	4	4	3	30

78	5	4	4	4	17	4	4	4	5	5	5	4	31
79	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	3	3	25
80	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	4	3	29
81	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	3	33
82	4	4	4	4	16	5	5	4	5	4	4	4	31
83	4	4	4	4	16	4	5	5	5	4	4	3	30
84	4	4	4	5	17	4	4	4	4	3	4	3	26
85	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	5	32
86	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	4	3	29
87	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	4	3	28
88	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
89	4	4	4	4	16	5	5	4	5	4	4	3	30
90	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	3	3	26
91	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	4	32
92	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
93	3	3	4	3	13	4	4	4	5	4	4	3	28
94	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
95	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	5	3	31
96	4	4	3	3	14	4	4	4	3	3	3	3	24

No.	Volume penjualan					Total y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	4	3	4	4	19
2	5	5	3	5	5	23
3	4	4	3	4	4	19
4	4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	3	4	4	19
7	4	4	3	4	4	19
8	4	4	3	4	4	19
9	4	4	3	4	4	19
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	4	4	21
12	4	4	3	4	4	19
13	4	4	3	4	4	19
14	4	4	3	4	4	19
15	4	4	3	4	4	19
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	3	4	4	19

18	4	4	3	4	4	19
19	3	4	2	4	3	16
20	4	4	3	4	4	19
21	4	4	3	4	4	19
22	4	4	3	4	4	19
23	4	4	3	4	4	19
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	3	4	4	19
26	4	4	3	4	4	19
27	4	4	4	4	5	21
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	5	5	5	23
31	5	5	3	5	5	23
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	3	4	4	19
34	4	4	5	5	5	23
35	4	4	3	4	4	19
36	4	4	3	4	4	19
37	4	4	3	4	4	19
38	4	4	3	4	4	19
39	4	4	3	4	4	19
40	4	4	3	4	4	19
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	3	4	4	19
43	4	4	3	4	4	19
44	4	4	4	5	4	21
45	4	4	3	4	4	19
46	4	4	3	4	4	19
47	4	4	3	4	4	19
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	3	4	4	19
50	4	4	3	4	4	19
51	4	3	4	4	4	19
52	4	4	3	4	4	19
53	4	4	3	4	4	19
54	4	4	4	5	5	22
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	3	4	4	19
57	4	4	3	4	4	19
58	4	4	3	4	4	19

59	4	4	3	4	4	19
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	3	4	4	19
63	4	4	3	4	4	19
64	4	4	3	4	4	19
65	4	4	3	4	4	19
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	3	4	4	19
68	4	4	3	4	4	19
69	4	4	3	4	4	19
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	3	4	4	19
73	4	4	3	4	4	19
74	3	4	3	3	4	17
75	4	4	3	4	4	19
76	5	5	5	5	5	25
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	3	4	4	19
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	3	4	4	19
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	3	4	4	19
83	4	4	3	4	4	19
84	4	4	3	4	4	19
85	5	5	5	5	5	25
86	4	4	3	4	4	19
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	3	4	4	19
90	4	4	3	4	4	19
91	4	4	3	4	4	19
92	5	5	5	5	5	25
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	3	4	4	19

Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Harga (X₁)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	total_x 1
x1.1	Pearson Correlation	1	,831**	,476**	,607**	,855**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x1.2	Pearson Correlation	,831**	1	,432**	,609**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x1.3	Pearson Correlation	,476**	,432**	1	,462**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x1.4	Pearson Correlation	,607**	,609**	,462**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
total_x1	Pearson Correlation	,855**	,842**	,754**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

b. Kualitas Produk (X₂)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	total_x 2
x2.1	Pearson Correlation	1	,635**	,285**	,281**	,291**	,292**	,203*	,587**
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,006	,004	,004	,048	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
x2.2	Pearson Correlation	,635**	1	,337**	,252*	,373**	,407**	,128	,619**

	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,013	,000	,000	,213	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
x2.3	Pearson Correlation	,285*	,337**	1	,384**	,401**	,305**	-,010	,543**
	Sig. (2-tailed)	,005	,001		,000	,000	,003	,923	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
x2.4	Pearson Correlation	,281*	,252*	,384**	1	,331**	,295**	,099	,548**
	Sig. (2-tailed)	,006	,013	,000		,001	,003	,339	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
x2.5	Pearson Correlation	,291*	,373**	,401**	,331**	1	,760**	,382*	,815**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,001		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
x2.6	Pearson Correlation	,292*	,407**	,305**	,295**	,760**	1	,468*	,818**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,003	,003	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
x2.7	Pearson Correlation	,203*	,128	-,010	,099	,382**	,468**	1	,585**
	Sig. (2-tailed)	,048	,213	,923	,339	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
total_x2	Pearson Correlation	,587*	,619**	,543**	,548**	,815**	,818**	,585*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

c. Volume Penjualan (Y)

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	total_y
y1	Pearson Correlation	1	,819**	,469**	,764**	,764**	,847**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
y2	Pearson Correlation	,819*	1	,366**	,697**	,697**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
y3	Pearson Correlation	,469*	,366**	1	,556**	,603**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
y4	Pearson Correlation	,764*	,697**	,556**	1	,817**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
y5	Pearson Correlation	,764*	,697**	,603**	,817**	1	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96
total_y	Pearson Correlation	,847*	,774**	,807**	,877**	,897**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

2. Uji Reliabilitas

a. Harga (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	4

b. Kualitas Produk (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	7

c. Volume Penjualan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	5

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,25749878	
Most Extreme Differences	Absolute	,135	
	Positive	,135	
	Negative	-,062	
Test Statistic		,135	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,054 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,048
		Upper Bound	,059

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

2. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Volume penjualan* Harga	Between Groups	(Combined)	88,406	7	12,629	7,030	,000
		Linearity	64,119	1	64,119	35,693	,000
		Deviation from Linearity	24,287	6	4,048	2,253	,045
	Within Groups		158,083	88	1,796		
Total			246,490	95			

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Volume penjualan* Kualitas produk	Between Groups	(Combined)	127,575	11	11,598	8,193	,000
		Linearity	85,013	1	85,013	60,052	,000
		Deviation from Linearity	42,562	10	4,256	3,007	,003
	Within Groups		118,915	84	1,416		
Total			246,490	95			

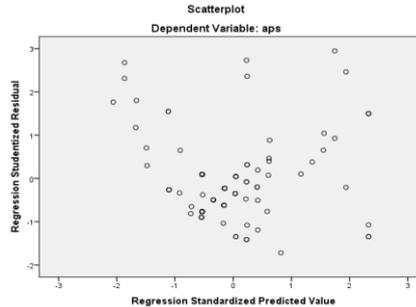
3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	7,562	1,584				4,774
Harga	,253	,096	,260	2,639	,010	,676	1,480
kualitas produk	,270	,061	,439	4,461	,000	,676	1,480

a. Dependent Variable: volume penjualan

4. Uji Heterokedastisitas



C. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,562	1,584		4,774	,000
Harga	,253	,096	,260	2,639	,010
Kualitas produk	,270	,061	,439	4,461	,000

a. Dependent Variable: volume penjualan

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,562	1,584		4,774	,000
Harga	,253	,096	,260	2,639	,010
kualitas produk	,270	,061	,439	4,461	,000

a. Dependent Variable: volume penjualan

b. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,266	2	48,133	29,798	,000 ^b
	Residual	150,224	93	1,615		
	Total	246,490	95			

a. Dependent Variable: volume penjualan

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

c. Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,625 ^a	,391	,377	1,271

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

Nama : Muqarramah
Nim : 4022018021
Tempat/Tgl Lahir : Blang Bitra, 03 Juli 2000
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Desa Blang Bitra Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tamatan SD 2012 Berijazah tahun 2012
Tamatan SMP 2015 Berijazah tahun 2015
Tamatan SMA 2018 Berijazah tahun 2018

Peureulak, 26 Januari 2022

Muqarramah

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 426 TAHUN 2021
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
- b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
- c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawayah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menten Agama RI Nomor B.11/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04 2.888040/2021, Tanggal 23 November 2020.
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 27 Oktober 2021.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : **Dr. Drs. Junaidi, M.Ed., MA** sebagai Pembimbing I dan **Ade Fadillah FW Pospos, MA** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Muqarramah**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4022018021, dengan Judul Skripsi : "**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam**".
- Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun dihitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
- b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
- c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
- d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
- e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
- f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.



- Tembusan :
1. Ketua Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa,
 2. Pembimbing I dan II,
 3. Mahasiswa yang bersangkutan