

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK, PROMOSI DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI
(Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar'e Mart UII Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh :

NURUL HUDA

07390071

PEMBIMBING:

1. Dra. Hj. Widyarini, MM
2. Sunaryati, S.E., M.Si.

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2013

ABSTRAK

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia terus tumbuh secara pesat, sehingga menciptakan peluang dan tantangan baru bagi perusahaan ritel di Indonesia, tidak terkecuali Yogyakarta yang merupakan kota pelajar. Toko syar'e mart yang berlokasi di komplek kampus UII Jl. Kaliurang Yogyakarta, merupakan salah satu minimarket dengan konsep baru yang coba ditawarkan kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan beli konsumen pada toko Syar'e Mart UII Yogyakarta. Penelitian yang digunakan berdasarkan pendekatan *survey*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian model (Uji F) adalah signifikan, hasil uji parsial, variabel harga dan *store atmosphere* signifikan terhadap keputusan beli di toko Syar'e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta dan variabel yang tidak signifikan adalah variabel produk dan promosi.

Kata kunci : Keputusan Beli, Persepsi Harga, *Store atmosphere*, Produk dan Promosi.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Nurul Huda
NIM : 07390071
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan Store Atmosphere Terhadap Pengambilan Keputusan Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar'e Mart UII Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Dhu al-Qidah 1434 H
24 September 2013 M

Pembimbing I

Dra. Hj. Widvarini, MM
NIP. 19600407 198601 2 002



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Nurul Huda
NIM : 07390071
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan Store Atmosphere Terhadap Pengambilan Keputusan Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar'e Mart UII Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Dhu al-Qidah 1434 H
24 September 2013 M

Pembimbing II

Sunaryati, S.E., M.Si
NIP. 19751111 200212 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN. 02/K.KUI-SKR/PP.00.9/434/2013

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

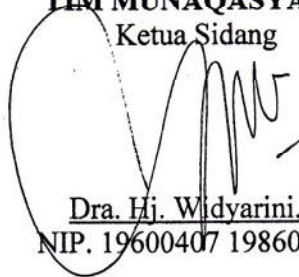
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK, PROMOSI, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI (Studi
Kasus Pada Konsumen Toko Syar'e Mart UII Yogyakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Nurul Huda
NIM : 07390071
Telah dimunaqasyahkan pada : 16 Oktober 2013
Nilai : B+
dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan
Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang



Dra. Hj. Widyarini, MM
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji I



M. Ghafur Wibowo, SE., M.Sc.
NIP. 19800314 200312 003

Penguji II



Dian Nuriyah Solissa, SHI., M.Si.
NIP. 19840216 200912 004

Yogyakarta, Oktober 2013

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN



Noorhaidi Hasan, M.A., M.Phil., Ph. D

NIP: 19711207 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Huda
NIM : 07390071
Jurusan-Prodi : Keuangan Islam

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan *Store Atmosphere* Terhadap Pengambilan Keputusan Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar’e Mart UII Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 6 September 2013

Penyusun,



Nurul Huda
NIM. 07390071

MOTTO



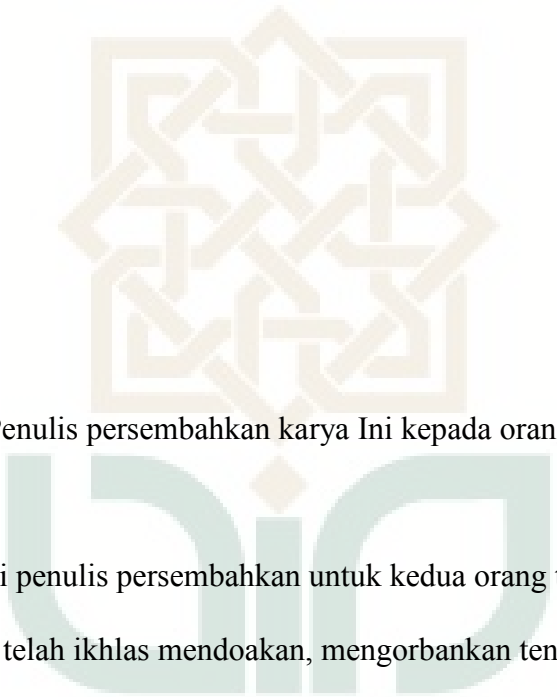
"ولتتظر نفس ما قدمت لغد (الحشر: ١٨)"

TIADA HIDUP TANPA PERJUANGAN, TIADA SUKSES TANPA
PENGORBANAN

Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali.

Ingat hanya pada Allah apapun dan di manapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon.

HALAMAN PERSEMBAHAN



Penulis persembahkan karya Ini kepada orang-orang yang penulis
cintai dan sayangi
(Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis, Papa dan
Mama yang telah ikhlas mendoakan, mengorbankan tenaga dan fikiran, serta
hartanya untuk mengasuh, mendidik, memberi dukungan dan nasihat pada
penulis demi kebahagiaan dan kesuksesan penulis).
(Skripsi ini penulis persembahkan untuk adik tersayang, semoga kelak dapat
menjadi orang yang berguna didunia dan akhirat, dan jangan bosan-bosan
menuntut ilmu).

JAZAKUMULLAH...

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله, الحمد لله, الحمد لله وشكر الله بنعم الله ولا حول ولا قوة الا بالله. اشهد
ان لا إله إلا الله واحده لا شريك له, واشهد ان محمدا عبده ورسول اللهم صل
على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah, dengan rahmat dan petunjuk-Nya skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan *Store Atmosphere* Terhadap Pengambilan Keputusan Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar’e Mart UII Yogyakarta)”** ini untuk memenuhi sebagian syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.Ei) pada Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selama dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mengenang bahasa-bahasa yang dilontarkan kepada penulis, sehingga setiap bait kata dapat memotivasi serta menumbuhkan semangat juang penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis sadar bahwa Dialah Sang Pembimbing Sejati dalam penulisan Skripsi ini. Karena tanpa bimbingan dan petunjuk-Nya, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Selanjutnya shalawat beserta salam dihaturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beliau sang pembawa kebenaran yang hakiki dari Zat yang Maha Benar.

Penulis pun menyadari bahwa banyak yang telah memberikan bantuannya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Sehubungan dengan hal itu, penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih dan penghargaan yang tulus. Pada kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan terima kasih secara khusus kepada :

1. Prof. Dr. H. Musa Asy'arie selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
2. Bapak Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum beserta jajarannya.
3. Ibu Dra. Hj. Widyarini, MM, selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
4. Bapak Ghofur Wibowo, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik selama menempuh perkuliahan di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Terima ksaih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, saran, serta arahan selama menempuh perkuliahan.
5. Ibu Dra. Hj. Widyarini, MM selaku pembimbing I dan Ibu Sunaryati, S.E., M.Si selaku pembimbing II. Terima kasih penulis haturkan kepada beliau, karena atas bimbingan dan pengarahan beliau skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Papa dan Mama (orang tua), yang tidak pernah bosan mendoakan anak-anaknya demi keberhasilan mereka. Semoga amal kebaikan Papa dan Mama mendapat pahala yang sepadan dari Allah SWT.
7. Segenap para Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Keuangan Islam dan dosen-dosen lainnya yang telah ikhlas memberikan ilmu kepada

penulis. Semoga Allah SWT memberikan pahala-Nya yang sepadan kepada beliau semua.

8. Para Staf serta Karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum khususnya Jurusan Keuangan Islam, penulis ucapkan terima kasih atas bantuan administrasinya, semoga Allah SWT membalas kebaikan beliau semua.
9. Untuk adik-adikku (Aris dan Azis) yang turut memberikan dukungan, doa dan motivasi pada penulis, semoga kalian senantiasa mendapatkan Rahmat dan Kenikmatan dari-Nya.
10. Tak lupa pula kepada orang terdekat (pu3) yang selalu ada dihati motivasi dan dukungannya sangat berharga buat penulis.
11. Semua sahabat-sahabatku mahasiswa Keuangan Islam Angkatan 2007 lainnya, yang selalu mengisi hari-hari perkuliahan penuh dengan canda-tawa, perdebatan dan pertengkaran. Terima kasih kalian telah memberikan warna dalam perjalanan perkuliahanku.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun telah memberikan dukungan motivasi dan telah membangkitkan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Sehubungan dengan itu izinkan sekali lagi penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga. Semoga apa yang kita kerjakan bermanfaat dan menjadi bagian dari amal shaleh. Amiin.

Meskipun skripsi ini masih banyak kekurangannya, namun penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan dapat menambah wawasan keilmuan khususnya bagi penulis dan bagi pembaca. Akhir kata *Jazakumullah khaira jaza'* Amin.

Yogyakarta, Agustus 2013

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a horizontal line with several loops and flourishes above it.

Nurul Huda
NIM. 07390071

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	b	be
ت	Tâ'	t	te
ث	Sâ'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Hâ'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	kh	ka dan ha
د	Dâl	d	de
ذ	Zâl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
س	syin	sy	es dan ye
ص	sâd	s	es (dengan titik di bawah)
ش	dâd	d	de (dengan titik di bawah)
ش	tâ'	t	te (dengan titik di bawah)

ص	zâ'	z	zet (dengan titik di bawah)
ظ	'ain	'	koma terbalik di atas
ط	Gain	g	ge
ظ	fâ'	f	ef
ظ	qâf	q	qi
ع	kâf	k	ka
غ	lâm	l	`el
ف	mim	m	`em
ق	nun	n	`en
ك	wâwû	w	w
ل	hâ'	h	ha
م	hamzah	'	apostrof
ن	yâ'	Y	Ye
و			
هـ			
ء			
ي			

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
	Ditulis	'iddah

عدّة		
------	--	--

C. Ta' Marbutah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah
علة	Ditulis	'illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-aulyâ'
----------------	---------	-------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakâh al-fiṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

—		ditulis	A
فعل	fathah	ditulis	fa'ala
—		ditulis	i
ذكر	kasrah	ditulis	zukira
—		ditulis	u
يذهب	dammah	ditulis	yazhabu

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis ditulis	â jâhiliyyah
2	fathah + ya' mati تنسى	ditulis ditulis	â tansâ
3	kasrah + ya' mati كريم	ditulis ditulis	î karîm
4	dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	û furûd

F. Vokal Rangkap

1	fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2	fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan Apostrof

النتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	La'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “1”.

القرآن	ditulis	al-Qur'ân
القياس	Ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	as-Samâ'
الشمس	Ditulis	Asy-Syams

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Žawî al-furûd
أهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
D. Sistematika Pembahasan	5
BAB II. LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
1. Perilaku Konsumen	7
2. Pentingnya Perilaku Konsumen	8
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9

4. Keputusan Pembelian	13
5. Bauran Pemasaran	16
6. Pemasaran Dalam Pandangan Islam	24
7. Jual Beli Murabahah	26
B. Telaah Pustaka	27
C. Kerangka Pemikiran Teoritik	29
D. Hipotesis	30
E. Gambaran Umum Toko Syar'e Mart UII	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Jenis dan Sifat Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel	34
C. Metode Pengumpulan Data	36
D. Alat Uji Statistik	39
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	43
B. Analisis Data	49
C. Pembahasan	57
BAB V. PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	10
Tabel 2.2	Asumsi kelas sosial	11
Tabel 2.3	Alur keputusan pembelian	14
Tabel 2.4	Rangkuman penelitian terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel	38
Tabel 4.1	Jenis kelamin responden	43
Tabel 4.2	Status tempat tinggal responden di Yogyakarta	44
Tabel 4.3	Frekuensi belanja responden perminggu	44
Tabel 4.4	Jenis produk yang sering dibeli oleh responden	45
Tabel 4.5	Uang saku responden	45
Tabel 4.6	Pekerjaan orang tua	46
Tabel 4.7	Biaya sewa kamar responden per bulan	46
Tabel 4.8	Jumlah pengeluaran belanja rata-rata per minggu	47
Tabel 4.9	Karakteristik responden berdasarkan total pendapatan orang tua (Ayah dan Ibu)	47
Tabel 4.10	Modus	48
Tabel 4.11	Uji validitas instrumen	50
Tabel 4.12	Uji reliabilitas instrumen	52
Tabel 4.13	Uji multikolinieritas	53
Tabel 4.14	Uji heteroskedastisitas	54
Tabel 4.15	Uji secara bersama-sama	55
Tabel 4.16	Uji koefisien determinasi	55

Tabel 4.17 Uji parsial 56



DAFAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner	64
Lampiran 2.	Hasil Uji Validitas	68
Lampiran 3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Lampiran 4.	Hasil Uji Reliabilitas	72
Lampiran 5.	Hasil Analisis Regresi	73
Lampiran 6.	Arti Ayat Al Quran dan Hadits	75



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia terus tumbuh secara pesat, ini bisa dilihat dari data yang di keluarkan oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), pada tahun 2009-2010 toko ritel modern tumbuh sekitar 38% dengan total 18.152 toko pada akhir tahun 2010.¹ Hal ini tentu saja akan menciptakan peluang dan tantangan baru bagi perusahaan ritel di Indonesia. Pertumbuhan bisnis ritel ini di dukung dengan semakin padatnya jumlah penduduk maupun perluasan daerah. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis perlu memunculkan perbedaan atau keunikan agar tampil berbeda dengan para pelaku ritel yang lain, dengan demikian diharapkan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Memunculkan keunikan bisa dengan cara pembangunan citra diri, seperti melalui nama, pemilihan warna atau pada bentuk bangunan, pengadaan diskon.

Untuk bisa menentukan strategi yang tepat, seorang pengusaha harus melakukan pengamatan terus menerus untuk mengetahui perubahan perilaku konsumennya yang berhubungan dengan keinginan sasaran pasarnya. Jika analisis yang dilakukan tepat, maka kemungkinan keberhasilan tinggi.

Jawa Tengah dan Yogyakarta adalah salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan ritel cukup pesat, ini bisa di lihat dari jumlah bisnis ritel di Jawa

¹ www.Aprindo.net, diakses pada tanggal 17 oktober 2013

Tengah dan Yogyakarta (10,2%) yang menempati posisi ke tiga setelah jabotabek (38,1%) dan Jawa Timur (12,12%).² Dengan tingginya tingkat persaingan bisnis ritel khususnya di Yogyakarta, akan menjadi tidak mudah bagi perusahaan ritel baru untuk bertahan jika tidak memiliki sebuah inovasi yang dapat memikat konsumen. Salah satu toko ritel yang mencoba bersaing adalah toko Syar'e Mart, manajemen toko Syar'e Mart UII berusaha menciptakan trend baru pada bisnis ritel yang ada di Yogyakarta, yaitu dengan mengaplikasikan transaksi secara syariah (sesuai dengan tuntunan agama Islam),³ keunikan inilah yang sedang dikembangkan oleh toko Syar'e Mart sebagai salah satu keunggulan kompetitif dibandingkan toko ritel yang ada.

Penggunaan nama toko yang bermakna Islami diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk datang ke toko Syar'e Mart, guna membuktikan apakah Syar'e Mart benar-benar menerapkan model transaksi yang syar'i atau hanya sekedar nama. Tentunya nama menunjukkan pada pelaksanaan kegiatannya.

Dalam Islam kegiatan perdagangan itu haruslah mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama mempunyai nilai ibadah. Dengan demikian, selain mendapatkan keuntungan-keuntungan materil guna memenuhi kebutuhan ekonomi, seseorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT. Usaha perdagangan yang didalamnya terkandung tujuan-tujuan seperti ini dengan sendirinya mempunyai watak-watak khusus yang bersumber dari tata nilai samawi (ketuhanan). Watak-

² www.datacon.co.id diakses pada tanggal 17 oktober 2013

³ Wawancara dengan Joko Susilo (wakil Pemilik Toko) pada 7 maret 2012

watak yang khusus itulah merupakan ciri-ciri dari perdagangan yang sifatnya Islami, dan ini tentu saja merupakan pembeda dengan pola-pola perdagangan lainnya yang tidak Islami.

Etika dagang dalam Islam menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli, dan diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut. Suatu usaha perdagangan akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapat keuntungan. Dengan berbagai keutamaan konsep perdagangan dalam Islam tersebut, toko syar'e Mart mencoba untuk mengaplikasikannya. Hal itu dilakukan guna menarik konsumen agar datang ke toko Syar'e Mart.

Toko Syar'e Mart mencoba untuk transparan dalam pengambilan keuntungan. Hal itu diwujudkan melalui pencantuman harga beli pada setiap barang dagangannya. Menerapkan sistem bagi hasil kepada UKM yang bekerja sama dengan toko Syar'e Mart⁴. Selain itu, toko Syar'e Mart juga mulai mencoba untuk memilih barang konsumsi yang berlabel halal, semua itu dilakukan agar toko Syar'e Mart bisa selaras dengan etika berdagang yang Islami.

Dari latar belakang di atas, peneliti menentukan obyek penelitian di toko Syar'e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta. Ada banyak variabel penyebab konsumen tertarik berbelanja, antara lain : lokasi, penataan toko, pelayanan, harga, dan kelengkapan barang. Kondisi ini merupakan faktor pendorong untuk

⁴ Wawancara dengan Khusniyah Purwani (Pemilik toko Syar'e Mart) pada 6 maret 2012

diadakannya penelitian guna mengetahui hubungan beberapa faktor didalamnya, sehingga penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dengan memberi judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK, PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar’e Mart UII Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan pokok masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah faktor-faktor persepsi produk, harga, promosi, dan *store atmosphere* (kenyamanan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli pada toko Syar’e mart di UII?”.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui apakah faktor persepsi harga, produk, promosi dan *store atmosphere* mempengaruhi keputusan beli konsumen pada toko Syar’e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi bagi manajemen toko Syar’e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta.
- b. Mengetahui tanggapan konsumen dengan penggunaan nama toko “Syar’e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta”.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Toko Syar’e Mart UII

Memberikan informasi kepada toko Syar’e Mart tentang permasalahan pengambilan keputusan pembelian konsumen di toko

Syar'e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta di tinjau dari segi produk, harga, promosi dan suasana toko, sehingga dapat sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen.

b. Bagi peneliti

Diharapkan peneliti dapat mengetahui permasalahan yang di hadapi oleh suatu perusahaan, serta dapat menerapkan teori-teori yang pernah peneliti peroleh dalam bangku perkuliahan.

c. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak lain yang ingin memepelajari tentang pemasaran perusahaan.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini disusun menjadi bab, yang secara garis besar terdiri dari :

BAB pertama berisi pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan yang memuat tahapan-tahapan pembahasan yang dilakukan.

BAB kedua memuat landasan teori yang memaparkan tentang telaah pustaka untuk mendukung penelitian ini dan kerangka teori yang menjelaskan tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang dilakukan.

BAB ketiga memuat metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, objek penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik skala pengukuran data primer, teknik analisis data, pelanggaran asumsi klasik serta analisis regresi

berganda yang digunakan untuk menguji data primer yang di peroleh dari lapangan.

BAB keempat berisi tentang hasil uji dan pembahasan. Menganalisis data-data yang di peroleh dari lapangan kemudian pembahasannya sesuai dengan standart yang digunakan dalam metode penelitian.

BAB kelima merupakan bab berisi kesimpulan yang di peroleh dari hasil pembahasan kemudian saran atau rekomendasi untuk perbaikan penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil perhitungan dan analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian model (Uji F) adalah signifikan.
2. Hasil Uji Parsial :
 - a. Konstanta terbukti signifikan yang berarti ada variabel lain (selain yang telah digunakan dalam penelitian ini) yang belum masuk dalam model, misalnya variabel lokasi.
 - b. Variabel persepsi harga dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli di toko Syar'e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta.
 - c. Variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah variabel persepsi produk dan promosi.

B. Saran

1. Melakukan penelitian tentang produk apa yang diinginkan oleh segmen pasarnya (mahasiswa).
2. Kegiatan promosi diefektifkan.
 - a. Pembuatan spanduk dengan isi pesan yang memotivasi calon pembeli untuk datang ke toko Syar'e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta.
 - b. Brosur dibuat menarik dan disebarluaskan kepada mahasiswa UII ataupun masyarakat sekeliling kampus agar mereka tertarik untuk

berkunjung ke toko Syar'e Mart, dengan kunjungan tersebut diharapkan calon konsumen bersedia melakukan pembelian barang.



DAFTAR PUSTAKA

LITERATUR BUKU

- Algifari, *Statistik Induktif Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : UPP AMP KPN, 2003).
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Moderen*, (Yogyakarta : LIBERTY OFFSET, 2005).
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2000).
- Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : EKONISIA, 2003).
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta : MIZAN 2006).
- Indrio Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama Cetakan Keenam, (Yogyakarta : BPFE, 2000).
- Kotler, Philip, *Manajaemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benjamin Molan, Jilid 1 dan 2, (Jakarta : Prenhallindo, 2002).
- M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997).
- Maryati, *Statistik Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2001).
- Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006).
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Mendasar*, Edisi Revisi. Cetakan ke-4, (Jakarta : Predana Media, 2010).
- Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, Cetakan Ke-1 (Bandung : Alfabeta, 2004).
- Syamsul Hadi dan Widyarini, *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*, (Yogyakarta : EKONISIA, 2009).
- Sriyadi, *Bisnis Manajemen Perusahaan Moderen*, (Semarang : IKIP Press, 1991).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ke-9, (Bandung : Alfabeta, 2006).

Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003).

SKRIPSI, TESIS & INTERNET

Aris Sapto Handoko, *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Di Toserba Luwes Group Surakarta*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2009.

<http://rumaysho.com/hukum-islam/muamalah/3675-murabahah>. diakses pada 24 mei 2013

Jaka Sularko, *Pengaruh Atribut Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Swalayan Sami Makmur Palur Karanganyar*, Skripsi Universitas Brawijaya, 2011.

Pradana Jaka Purnama, *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada toko Murah di Sukoharjo)*, Skripsi Universitas Diponegoro, 2011.

www.ebookbrowse.com/artikel-jaka-sularko-doc-d12813938, diakses pada tanggal 23 Januari 2013.

www.Aprindo.net, diakses pada tanggal 17 oktober 2013.

www.Datacon.co.id, diakses pada tanggal 17 oktober 2013.

AL- QUR'AN & KITAB

Jalaludin Abdurahman al-Suyuthi, *Al-Asybah wa al-Nadhair fi Qawaid wa Furu'I al-Fiqh al-Syafi'I*, Cetakan Ke-2 (Beirut : Da al-Fikr, 1996).

Imam Bukhari, *Shahih Bukhari*, Hadits dari Malik dari Nafi' dari Abdullah Bin Umar.

Lampiran _1

Kuesioner

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Beli (Studi Kasus Pada Toko Syar'e Mart UII Yogyakarta)

Sebelumnya peneliti sampaikan maaf karena sudah mengganggu waktu Saudara/i, Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner ini. Informasi yang anda berikan sangat berarti bagi penelitian ini, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar-benarnya, Atas bantuannya peneliti ucapkan banyak terimakasih.

Peneliti
Nurul Huda

Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban yang anda anggap sesuai dengan kenyataan

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Berapa uang saku anda(pendapatan) / Bulan?
 - a. 401 ribu-600 ribu
 - b. 601 ribu-800 ribu
 - c. 801 ribu-1 juta
 - d. 1 juta-1,5 juta
 - e. . > 1,5 juata
3. Pekerjaan Orang tua

No	Ayah	No	Ibu
1	PNS	1	PNS
2	Wiraswasta	2	Wiraswasta
3	Petani	3	Petani
4	TNI	4	Ibu Rumah Tangga
5	Pegawai Swasta	5	Pegawai Swasta
6	Lain-lain(sebutkan).....	6	Lain-lain(sebutkan).....

4. Pendapatan Orang tua

No	Ayah	No	Ibu
1	< Rp 2.500.00	1	0
2	Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	2	< Rp 2.500.00
3	Rp. 3.501.000 – Rp 5.000.000	3	Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000
4	Rp. 5.001.000 – Rp 7.000.000	4	Rp. 3.501.000 – Rp 5.000.000
5	> Rp 7.000.000	5	Rp. 5.001.000 – Rp 7.000.000
		6	> Rp 7.000.000

5. Bersama siapakah anda tinggal di Yogyakarta
- Orang tua
 - Saudara
 - Kost (sewa)
 - Kontrak
6. Berapa kali dalam satu minggu anda berbelanja di toko Syar'e Mart ?
- 1 kali
 - 2 kali
 - 3 kali
 - > 3 kali (sebutkan)
7. Apakah nama Syar'e Mart mampu memotivasi anda untuk berbelanja di toko Syar'e Mart
- Ya, alasannya
 - Tidak, alasannya
8. Apakah menurut anda toko Syar'e Mart benar-benar menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya?
- Benar
 - c. Ragu-ragu
 - Tidak benar
9. Jenis produk apa yang biasa anda beli saat berbelanja di Syar'e Mart?
- Minuman
 - Snack (makanan ringan)
 - Peralatan tulis
 - Kebutuhan rumah tangga
 - lain-lain (sebutkan)
10. Berapa total uang yang anda blanjakan di Syar'e Mart dalam waktu 1 minggu?
- < Rp. 10.000
 - Rp. 10.000-Rp. 20.000
 - Rp. 20.100-Rp. 50.000
 - Rp. 50.100-Rp. 75.000
 - Rp. 75.100-Rp. 100.000
 - > Rp. 100.000

11. Berapakah total pendapatan orang tua anda (Ayah dan Ibu)

- a. < Rp. 2.500.00
- b. Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
- c. Rp. 5.001.000-Rp. 7.000.000
- d. Rp. 7.001.000-Rp. 10.000.000
- e. > Rp. 10.000.000

Keterangan :

SS : Sangat setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga yang di tawarkan oleh toko Syar'e Mart tergolong mahal jika di bandingkan dengan toko lain yang sejenis					
2	Harga yang di tawarkan oleh toko Syar'e Mart sesuai dengan kualitas pelayanannya					
3	Pengambilan laba yang dilakukan oleh toko Syar'e Mart masih dirasa wajar jika dilihat dari harga beli yang dicantumkan					
4	Saya yakin bahwa harga beli barang yang di cantumkan oleh toko Syar'e Mart sesuai dengan kenyataan(Tidak berbohong)					
5	Saya berbelanja di Toko Syar'e Mart karena saya yakin barang-barang yang di sediakan pasti halal					
6	Saya berbelanja di Syar'e Mart karena barang-barang yang disediakan cukup lengkap.					
7	Penempatan barang dagangan di Syar'e Mart membuat saya cepat menemukan barang yang akan saya beli					
8	Saya berbelanja di Syar'e Mart karena barang yang saya perlukan selalu tersedia di sana.					
9	Saya pertama mengetahui keberadaan Syar'e Mart melalui teman-teman / saudara					
10	Penggunaan Nama toko "Syar'e Mart" memudahkan saya untuk mengingatnya					
11	Saya tertarik dengan Toko Syar'e Mart setelah saya membaca brosurnya					

12	Saya tertarik berbelanja di Syar'e Mart karena potongan harga yang di tawarkan					
13	Seluruh Karyawan Syar'e Mart ramah terhadap pengunjung					
14	Menurut saya pencahayaan di toko Syar'e Mart membuat produk yang di sediakan terlihat lebih menarik					
15	Saya senang dengan fasilitas yang di sediakan oleh toko Syar'e Mart					
16	Saya Merasa nyaman saat berada di dalam toko Syar'e Mart					
17	Penggunaan nama toko "Syar'e Mart" membuat saya tertarik untuk membeli					
18	Saya merasa Puas berbelanja di toko Syar'e Mart					
19	Saya akan tetap berbelanja di Syar'e Mart, meskipun harga yang di tawarkan sedikit lebih mahal di banding toko lain yang sejenis					
20	Saya berbelanja di toko Syar'e Mart karena saya senang dengan transparansi harga yang dilakukan					
21	Saya tertarik dengan Syar'e Mart karena toko tersebut mengkampanyekan transaksi yang syar'i					
22	Saya berbelanja di Syar'e Mart karena ada keperluan mendesak					

Lampiran _2

Hasil Uji Validitas

Hasil data Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 1	10,83	7,718	,390	,734
Pertanyaan 3	10,77	6,563	,541	,649
Pertanyaan 2	11,06	6,764	,520	,661
Pertanyaan 4	10,81	6,863	,624	,606

Hasil data Kenyamanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,749	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 1	8,92	8,559	,479	,725
Pertanyaan 2	9,45	8,189	,548	,688
Pertanyaan 3	8,94	7,734	,562	,680
Pertanyaan 4	9,47	7,767	,586	,666

Keputusan Beli

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,749	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 1	12,86	11,334	,524	,702
Pertanyaan 2	13,30	10,919	,582	,679
Pertanyaan 3	13,61	12,079	,371	,761
Pertanyaan 5	12,75	11,543	,559	,690
Pertanyaan 4	12,68	11,796	,561	,691

Hasil Data Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,756	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 1	10,23	8,341	,610	,683
Pertanyaan 2	11,02	7,232	,558	,698
Pertanyaan 3	10,72	7,497	,501	,732
Pertanyaan 4	10,69	7,529	,575	,687

Data Hasil Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 1	8,71	7,824	,476	,740
Pertanyaan 2	9,09	7,537	,505	,726
Pertanyaan 3	8,88	6,895	,579	,686
Pertanyaan 4	9,32	6,785	,661	,640

Lampiran_3

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,212	,673		4,775	,000
X1	,044	,068	,096	,656	,514
X2	,004	,066	,009	,058	,954
X3	,120	,085	,267	1,407	,163
X4	-,072	,064	-,300	-1,649	,269

a. Dependent Variable: Abs_res



Lampiran _4

Hasil Uji Reliabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	11,90	3,886	,473	,629
X2	12,23	2,806	,506	,613
X3	11,77	3,702	,460	,631
X4	11,90	3,472	,483	,615
X5	10,23	9,633	,562	,736
X6	10,80	7,683	,661	,680
X7	10,57	8,392	,562	,738
X8	10,50	9,707	,567	,735
X9	9,12	8,814	,440	,735
X10	9,62	8,420	,507	,699
X11	9,32	7,715	,581	,657
X12	9,77	7,573	,618	,635
X13	9,30	8,562	,523	,690
X14	9,87	8,257	,579	,659
X15	9,23	7,840	,536	,684
X16	9,60	8,593	,507	,699
Y1	13,40	9,697	,543	,638
Y2	13,87	9,292	,572	,624
Y3	14,53	9,637	,377	,719
Y4	13,17	10,557	,407	,692

Lampiran _5

Hasil Analisis Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, XI, X2, X3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,740 ^a	,547	,528	2,387	2,234

a. Predictors: (Constant), X4, XI, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	654,310	4	163,577	28,699	,000 ^b
	Residual	541,480	95	5,700		
	Total	1195,790	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, XI, X2, X3

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,040	1,126		2,699	,008	
	X1	,444	,114	,430	3,907	,000	,393
	X2	-,183	,110	-,187	-1,661	,100	,376
	X3	,132	,143	,131	,919	,360	,235
	X4	,422	,135	,441	3,116	,002	,238

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	X1	X2	X3	X4
1	1	4,887	1,000	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,058	9,210	,18	,04	,03	,08	,11
	3	,032	12,317	,79	,09	,18	,00	,00
	4	,013	19,610	,03	,78	,72	,06	,05
	5	,010	22,042	,00	,09	,07	,85	,84

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8,18	18,10	13,61	2,571	100
Residual	-7,899	7,680	,000	2,339	100
Std. Predicted Value	-2,111	1,748	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,308	3,217	,000	,980	100

a. Dependent Variable: Y

Lampiran _6

Arti ayat al-qur'an dan hadits

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan” (Q.S. Surat Ash-Shu`arā' :181-183).

“Sesungguhnya Allah ketika mengharamkan sesuatu, maka Allah juga mengharamkan uang hasil menjual barang haram itu” (HR. Abu Daud dan dishahihkan Al-Albani).

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al Baqarah: 275).

