



Journal of Sharia and Law

Vol. 3, No. 3 Juli 2024, h. 847-869

Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15 Pekanbaru, Riau.

Website: <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

Journal of Sharia and Law E-ISSN: 2964-7436

Krisdayanti, Nurhasanah, Zulikromi: Pengaruh Fluktuasi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Bangunan Sumber Batu Taluk Kuantan Ditinjau dari Ekonomi Syariah

## PENGARUH FLUKTUASI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BANGUNAN SUMBER BARU TALUK KUANTAN DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH

**Krisdayanti<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: [krisdayanti662278@gmail.com](mailto:krisdayanti662278@gmail.com)

**Nurhasanah<sup>2</sup>**

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Corresponding Author: E-mail: [nurhasanah@gmail.com](mailto:nurhasanah@gmail.com)

**Zulikromi<sup>3</sup>**

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: [zulikromi86@gmail.com](mailto:zulikromi86@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini berlatar belakang bahwa Pedagang sangat menyadari tingkat persaingan harga pada saat ini sangat tinggi, Maka dari itu pedagang harus berusaha untuk mengantisipasi tingkat persaingan yang ada dan tetap bertahan. pedagang juga harus berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap penetapan harga di Toko Bangunan Sumber Baru. Penelitian ini adalah penelitian lapangan ( *field research* ) dengan pendekatan kuantitatif yang berlokasi di Toko Bangunan Sumber Baru, Jl. Belibis No 11, Koto Taluk, Kec, Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau 29566. Dengan populasinya 500 dan sampel 41 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* lalu menggunakan sampel secara random dengan jumlah sampel yang mengisi kuesioner ini adalah 41 responden. Dengan metode pengumpulan data observasi, kuesioner dan wawancara, dokumentasi, perhitungan dengan regresi linear sederhana, uji-t, determinasi dan korelasi. Hasil penelitian ini adalah dari hasil penelitian uji regresi linear sederhana didapat persamaan  $Y: 25,545 + 0,345X$  dan didukung dengan uji-t yang menghasilkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $2,337 > 2,022$ . yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  terdapat pengaruh yang signifikan antara fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai determinasi sebesar 0,123. Artinya bahwa pengaruh fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 12,3%. Nilai uji korelasinya sebesar 0,351. Artinya menunjukkan bahwa nilai korelasi lemah. Analisa pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian ditinjau

menurut ekonomi syariah dan berdasarkan dari penetapan Ibnu Taimiyah sesuai dengan konsep penetapan harga dalam islam yaitu adil dan jujur.

**Kata Kunci : Fluktuasi Harga, Keputusan Pembelian, Taluk Kuantan**

### **Abstract**

*The background of this research is that traders are very aware that the current level of price competition is very high, therefore traders must try to anticipate the existing level of competition and survive. Merchants must also try their best to meet consumer needs. The purpose of this thesis is to find out whether there is an effect of price fluctuations on purchasing decisions and how is the sharia economic review of pricing at the Sumber Baru Building Store. This research is a field research (field research) with a quantitative approach located at the Sumber Baru Building Store, Jl. Belibis No 11, Koto Taluk, Kec, Kuantan Tengah, Kuantan Singingi Regency, Riau 29566. With a population of 500 and a sample of 41 respondents, the sampling technique used accidental sampling and then used a random sample with 41 respondents filling out the questionnaire. With the method of data collection observation, questionnaires and interviews, documentation, calculations with simple linear regression, t-test, determination and correlation. The results of this study are from the results of simple linear regression test research obtained equation  $Y: 25.545 + 0.345X$  and supported by t-test which produces a value of  $t_{count} > t_{table} 2.337 > 2.022$ . which means  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. So it can be concluded that  $H_a$  there is a significant influence between price fluctuations on purchasing decisions. While the determination value is 0.123. This means that the effect of price fluctuations on purchasing decisions is 12.3%. The correlation test value is 0.351. The meaning shows that the correlation value is weak. The analysis of the effect of pricing on purchasing decisions is reviewed according to Islamic economics and based on the determination of Ibn Taimiyah in accordance with the concept of pricing in Islam, namely fair and honest.*

**Keywords: Price Fluctuations, Purchasing Decisions, Taluk Kuantan**

### **PENDAHULUAN**

Dengan semakin meningkatnya tingkat hidup masyarakat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga semakin meningkat. Hal ini akan membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen dan memilih barang yang akan mereka beli ataupun dalam menentukan tempat berbelanja yang mereka anggap paling sesuai dan memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka.<sup>1</sup>

Pedagang sangat menyadari tingkat persaingan harga pada saat ini sangat tinggi dan mereka harus berusaha untuk mengantisipasi tingkat persaingan yang ada dan tetap bertahan. Untuk itu para pedagang berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah menentukan kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan

---

<sup>1</sup>Thamrin Abdullah Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* ( Jakarta: Rajawali pers, 2012). h. 111.

secara lebih efektif dari yang di berikan oleh pesaing pedagang yang memiliki konsep menitik beratkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang yang dihasilkan sesuai dengan apa yang di inginkan dan dapat menambah kepuasan konsumen dan memperoleh keuntungan bagi pedagang tersebut. Unit usaha dapat dikatakan sukses apabila dapat mempertahankan kepuasan pelanggan atau konsumennya, juga dapat menarik konsumen pesaing. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap unit usaha harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan untuk barang yang diinginkan konsumen. Untuk mendukung agar tujuan tersebut tercapai maka harus adanya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dari segi harga, gaya hidup dan kemudahan.

Dasar dari perkembangan ilmu ekonomi tidak akan terlepas dari permasalahan tingkat harga. Khususnya harga bahan bangunan yang menjadi kebutuhan khusus masyarakat setiap harinya. Dari penentuan harga tersebut sering terjadi permasalahan harga salah satunya yaitu masalah fluktuasi harga. Adapun fenomena yang terjadi di lapangan yang sudah dipastikan terjadi fluktuasi harga bahan bangunan yang terus menjadi permasalahan yang menarik untuk diulas adalah kurangnya kebutuhan bahan bangunan yang menjadi salah satu penyebab harga bangunan tidak stabil dan cenderung naik. Selain itu juga karena pengaruh permintaan dan penawaran dari barang yang di perjual belikan tidaklah stabil.<sup>2</sup>

Fluktuasi adalah gejala yang menunjukkan turun-naiknya harga, keadaan turun-naik harga dan sebagainya, atau perubahan harga karena pengaruh permintaan dan penawaran.<sup>3</sup>

Harga adalah nilai barang yang ditentukan dengan uang, jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu.<sup>4</sup> Dengan adanya permasalahan fluktuasi harga maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen

Kotler menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan pemilihan tindakan dari dua atau lebih alternatif.<sup>5</sup> Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya.<sup>6</sup>

Islam adalah agama yang cinta persaudaraan. Islam mengajarkan kerja sama yang baik antara manusia dalam bidang muamalah dan transaksi. Dari banyaknya aspek kerja sama dan hubungan manusia maka ekonomi perdagangan termasuk salah satu diantaranya, bahkan aspek ini sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Salah satu bentuk transaksi dalam perdagangan

---

<sup>2</sup>Nur Chamid, *Jejak Langkah dan Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 251.

<sup>3</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Edisi Ke empat (Jakarta: Gramedia, 2008),h. 395.

<sup>4</sup>*Ibid.*, h. 482

<sup>5</sup>Philip Kotler, *Managemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2010) Edisi 13 ,jilid 2, h. 200

<sup>6</sup>Peter, Paul dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*,(Jakarta: Salemba Empat,2010), Edisi 9, jilid 1, h. 163

adalah jual beli. Ekonomi islam memberikan petunjuk dan peraturan dalam masalah jual beli agar tidak merugikan orang lain. Misalnya jual beli bahan bangunan.<sup>7</sup>

Kaidah umum dalam mencari nafkah adalah, bahwa islam tidak memperbolehkan para penganutnya mendapatkan harta dengan cara semaunya. Islam menegaskan bahwa ada cara-cara usaha yang sesuai dengan syariat, ada pula yang tidak sesuai dengannya, seiring dengan tegaknya kemaslahatan bersama. Perbedaan ini mengacu kepada prinsip umum yang mengatakan bahwa segala cara untuk mendapatkan harta yang akan mendatangkan manfaat untuk diri sendiri dengan merugikan orang lain adalah ghairu masyru' (tidak sesuai dengan syariat).

Sedangkan cara yang antar individu saling merelakan dan sama-sama mendapatkan manfaat dan keadilan, ia adalah masyru'. Prinsip tersebut diterangkan dalam firman Allah SWT.<sup>8</sup> Dalam firman Allah SWT dalam (Q.S. An-Nisa 4:29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ 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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa'4:29).<sup>9</sup>

Pada intinya ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang merugikan untuk kepentingan pribadi, seakan-akan telah menumpahkan darahnya dan pada akhirnya juga hanya membuka pintu kebinasaan untuk dirinya sendiri. Kebinasaan untuk dirinya sendiri. Mencuri, korupsi, suap-menyuap, judi, penipuan, pemalsuan, riba dan masih banyak lagi cara mendapatkan keuntungan sejenisnya, semua mengandung dua sebab yang menjadikannya tidak masyru'. Jika pada sebagian diantaranya mengandung unsur suka sama suka, tetapi tidak memenuhi syarat yang lebih penting lagi yaitu yang terkandung dalam firman-Nya. " dan janganlah kalian membunuh diri kalian sendiri."

Dalam ekonomi islam setiap pelaku ekonomi selalu menaruh perhatian pada *masalah* sebagai tahapan dalam mencapai tujuan ekonominya, yaitu *falah*. Sama halnya seperti konsumen pasti menginginkan sesuatu harus sesuai dengan keinginan dan harapannya, dalam hal ini konsumen akan memilih toko bahan bangunan yang menyediakan barang lengkap, banyak variasi dan pelayanannya yang memuaskan. Salah satu toko bangunan yang memiliki berbagai macam produk bangunan adalah Toko Bangunan Sumber Baru.

Toko bangunan Sumber Baru adalah sebuah perusahaan dagang atau toko yang bergerak dibidang perdagangan yang menyediakan dan menjual segala macam peralatan bangunan dan listrik yang berlokasi di Jl. Belibis No 11, Koto Taluk, Kec, Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau 29566.. sejak awal berdirinya

<sup>7</sup>F. Habibi, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Tambahan Harga Dari Harga Normal Yang Diminta Tukang Bangunan*. (Journal Pdf, 2013) , h. 4

<sup>8</sup> Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2004), h. 106

<sup>9</sup>Ibid 83

yaitu pada bulan april 2010, dan barang yang ditawarkan oleh Toko Bangunan Sumber Baru meliputi barang-barang kebutuhan untuk alat bangunan dan listrik.

**Tabel Data Perkembangan Harga di Toko Bangunan Sumber Baru**

No	Bahan Bangunan	Perkembangan Harga	
		2021	2022
1	Pasir 1 mobil coltdiesel	800.000	1.000.000
2	Semen padang	80.000	86.0000
3	Triplek	50.000	70.000
4	Cat tembok jotun 20 liter	1.690.000	1.875.000
5	Batu 1 mobil carry	200.000	250.000

**Sumber : Wawancara Karyawan Toko Sumber Baru**

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen bahwa di Toko Sumber Baru ini harganya sangat terjangkau dari toko bangunan yang lain, pelayanannya juga sangat memuaskan dan sudah sesuai dengan ekonomi syariah, Hal ini sesuai dengan pendapat salah satu konsumen bernama Bapak Amar“ Harga Bahan Bangunan di Toko Sumber Baru sudah sesuai dengan keinginan saya “. Sebagai data pendukung dari hasil tanggapan responden yang menyatakan Setuju sebesar 53,7% artinya, konsumen merasa puas dan tidak dirugikan.<sup>10</sup>

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan strategi umum yang dalam pengumpulan dan analisis data yang di perlukan, guna menjawab persoalan yang di hadapi. Guna untuk mengatasi persoalan yang sedang di teliti.<sup>11</sup> Karna dalam penelitian ini peneliti telah menggambarkan tentang suatu keadaan atau kejadian dari objek penelitian yang di teliti dengan cara penelitian lapangan yang penelitiannya dilakukan secara langsung untuk mendapatkan informasi dari kenyataan yang ada. Sesuai dengan judul penelitian dan fokus permasalahan, maka sifat penelitian ini adalah Kuantitatif.

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dengan pendekatan kuantitatif yaitu data yang berbentuk angket dan perhitungan yang digunakan dalam bentuk table. Kemudian data tersebut diolah menggunakan uji statistic.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli bahan bangunan di Toko Bangunan Sumber Baru, Jl. Belibis No 11, Koto Taluk, Kec, Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau 29566.

Subjek penelitian merupakan sumber keseluruhan diperolehnya objek dimana terdapat beberapa narasumber atau informasi yang dapat memberikan informasi tentang masalah berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitiannya adalah pemilik toko, karyawan, konsumen Toko Bangunan Sumber Baru, Jl. Belibis No 11, Koto Taluk, Kec, Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau.

---

<sup>10</sup> Wawancara Amar, Konsumen Toko Bangunan Sumber Baru. 3 Februari, 15.30

<sup>11</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung, Remaja Rosdakarya 2008), h. 3

Objek penelitian merupakan pokok persoalan yang hendak di teliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Objek dari penelitian ini adalah pengaruh fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian di toko bangunan sumber baru.

## PEMBAHASAN

### A. Pengaruh Fluktuasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Bangunan Sumber Baru Kota Taluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan menggunakan data berbentuk angka yang diperoleh dari hasil olahan data primer pada analisis statistik. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai hasil penelitian pengaruh fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Toko Bangunan Sumber Baru, Jl. Belibis No 11, Koto Taluk, Kec. Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau.

#### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden diklarifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Hasil pengolahan data dapat diuraikan sebagai berikut

##### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel IV.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase %
Laki - Laki	27	65,9%
Perempuan	14	34,1%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer Olahan, 2022*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat seluruh responden berjenis kelamin laki - laki sebanyak 27 orang atau 65,9%, dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang atau 34,1%. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden pada penelitian ini adalah berjenis kelamin laki - laki sebanyak 27 orang atau 65,9%.

##### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel IV. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase %
21- 30 Tahun	22	53,7%
31-40 Tahun	13	31,7%
41-50 Tahun	6	14,6%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer Olahan, 2022*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 22 orang atau 53,7%, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 13 orang atau 31,7% dan responden yang

berusia 31-40 tahun sebanyak 13 orang atau 14,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas usia responden yaitu 21-30 tahun sebanyak 22 orang atau 53,7%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel IV. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase%
Mahasiswa	2	4,9%
Wiraswasta	25	61%
Pegawai Negeri	14	34,1%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer Olahan, 2022*

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dilihat responden berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 25 orang atau 61%, responden yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 2 orang atau 4,9% dan responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sebanyak 14 orang atau 34,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berprofesi wiraswasta sebanyak 25 orang atau 61%.

2. Statistik Deskriptif

**Tabel IV. 4**  
**Statistic Deskriptif**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Fluktuasi Harga	41	22	45	1510	36,83	5,983
Keputusan Pembelian	41	23	45	1568	38,24	5,885
Valid N (listwise)	41					

*Sumber : Data Primer SPSS, 2022*

Berdasarkan dari hasil statistic deskriptif diatas, maka dapat kita lihat bahwa pada variabel independent diatas yang paling tertinggi menunjukkan 41 responden dan nilai minimum keputusan pembelian 23 dan nilai maximum 45 jadi, nilai sum statistiknya 1568 dan nilai meannya 38,24. Dan nilai terendah terdapat pada fluktuasi harga dengan 41 responden nilai minimum 22 dan nilai maximum 45 jadi, nilai sum 1510 dan nilai meannya 36,83. Data diatas menunjukkan jika nilai standar deviasi fluktuasi harga sebesar 5,983 dan mean sebesar 36,83 artinya data kurang bervariasi karena nilai standar deviasi lebih kecil dari pada mean, begitu pula dengan standar deviasi keputusan pembelian, nilai standar deviasi keputusan pembelian sebesar 5,885 dan mean sebesar 38,24

artinya data kurang bervariasi karena nilai standar deviasinya lebih kecil dari pada nilai mean.

### 3. Analisis Variabel Penelitian

Berikut akan dijabarkan tanggapan responden terhadap daftar pernyataan pada kuesioner penelitian ini masing – masing variabel penelitian.

#### a) Variabel Fluktuasi Harga (X)

**Tabel IV. 5**  
**Tanggapan Responden terhadap variabel Fluktuasi Harga**

No	Pernyataan	Keterangan	Jawaban Responden					Jumlah
			SS	S	N	KS	TS	
X1	Bagi saya harga bahan bangunan di toko ini terjangkau	Jumlah	17	13	9	2	0	41
		Persentase	41,5%	31,7%	22,0%	4,9%	0,0%	100%
X2	Harga bahan bangunan di toko ini sesuai dengan keinginan saya	Jumlah	11	22	6	2	0	41
		Persentase	26,8%	53,7%	14,6%	4,9%	0,0%	100%
X3	Harga dengan kualitas bahan bangunan di toko ini sesuai dengan yang ditawarkan	Jumlah	12	16	11	2	0	41
		Persentase	29,3%	39,0%	26,8%	4,9%	0,0%	100%
X4	Toko bahan bangunan memberikan diskon apabila melaukan pembelian yang banyak	Jumlah	15	15	9	2	0	41
		Persentase	36,6%	36,6%	22,0%	4,9%	0,0%	100%
X5	Harga yang ditetapkan di toko ini lebih murah dari toko lain	Jumlah	17	18	5	1	0	41
		Persentase	41,5%	43,9%	12,2%	2,4%	0,0%	100%
X6	Pada waktu tertentu toko ini mengadakan diskon musiman	Jumlah	11	22	7	1	0	41
		Persentase	26,8%	53,7%	17,1%	2,4%	0,0%	100%
X7	Bagi saya produk bahan bangunan di toko ini sudah	Jumlah	12	21	6	2	0	41
		Persentase	29,3%	51,2%	14,6%	4,9%	0,0%	100%

	sesuai dengan SNI							
X8	Bahan bangunan yang dijual tidak ada yang mengalami gagal produksi	Jumlah	11	19	11	0	0	41
		Persentase	26,8%	46,3%	26,8%	0,0%	0,0%	100%
X9	Semua bahan bangunan ditoko ini berkualitas	Jumlah	21	15	5	0	0	41
		Persentase	51,2%	36,6%	12,2%	0,0%	0,0%	100%
Jumlah			127	161	69	12	0	369
Pesentase			34,4 %	43,6%	18,7 %	3,3%	0,0 %	100%

Sumber : Data Primer Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel fluktuasi harga (X), yakni fluktuasi harga, responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 127 orang atau 34,4 %, responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 161 orang atau 43,6%, responden yang menyatakan Netral (N) sebanyak 69 orang atau 18,7%. Dan yang menyatakan (KS) sebanyak 12 orang atau 3,3%.

b) Variabel Keputusan Pembelian(Y)

**Tabel IV. 6**  
**Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian**

No	Pernyataan	Keterangan	Jawaban Responden					Jumlah
			SS	S	N	KS	TS	
Y1	Saya sangat yakin untuk membeli bahan bangunan di toko ini	Jumlah	23	11	7	0	0	41
		Persentase	56,1%	26,8%	17,1%	0,0%	0,0%	100%
Y2	Saya merasa kualitas bahan bangunan di toko ini sangat baik	Jumlah	13	19	8	1	0	41
		Persentase	31,7%	46,3%	19,5%	2,4%	0,0%	100%
Y3	Saya percaya bahan bangunan di toko ini kualitasnya bagus	Jumlah	19	15	6	1	0	41
		Persentase	46,3%	36,6%	14,6%	2,4%	0,0%	100%
Y4	Saya sering melakukan pembelian ulang ditoko ini	Jumlah	19	12	9	1	0	41
		Persentase	46,3%	29,3%	22,0%	2,4%	0,0%	100%
Y5	Saya sudah terbiasa melaukan	Jumlah	20	13	7	1	0	41
		Persentase	48,8%	31,7%	17,1%	2,4%	0,0%	100%

	pembelian ulang di toko ini							
Y6	Setiap saya membangun saya selalu membeli di toko ini	Jumlah	20	14	7	0	0	41
		Persentase	48,8%	34,1%	17,1%	0,0%	0,0%	100%
Y7	Saya akan merekomendasikan kepada teman untuk membeli di toko ini	Jumlah	13	21	6	1	0	41
		Persentase	31,7%	51,2%	14,6%	2,4%	0,0%	100%
Y8	Saya akan menginfokan kepada keluarga untuk membeli bahan bangunan di toko ini	Jumlah	19	15	6	1	0	41
		Persentase	46,3%	36,6%	14,6%	2,4%	0,0%	100%
Y9	Saya menyarankan tetangga untuk membeli bahan bangunan di toko ini	Jumlah	23	10	7	1	0	41
		Persentase	56,1%	24,4%	17,1%	2,4%	0,0%	100%
Jumlah			169	129	63	7	0	368
Pesentase			45,9%	35,1%	17,1%	1,9%	0,0%	100%

**Sumber : Data Primer Olahan SPSS, 2022**

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y), kepuasan konsumen, responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 169 orang atau 45,9%, responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 129,orang atau 35,1 %, responden yang menyatakan Netral (N) sebanyak 63 orang atau 17,1%, responden yang menyatakan Tidak Setuju (KS) sebanyak 7 orang atau 1,9%.

#### 4. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesuiner dikatakan valid jika > pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>12</sup>. validasi yang digunakan dalam penelitian (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas angket adalah :

- 1) Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung >  $r$  tabel maka variabel tersebut valid.

<sup>12</sup>Danang Sunyato, *Praktik SPSS Untuk Kasus* ( Yogyakarta : Nuha Medika, 2011), h. 114.

2) Jika  $r$  dihitung tidak positif serta  $r < r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid.

Nilai  $r$  tabel dapat diperoleh dengan persamaan  $df = N - 2$  dimana  $N$  merupakan jumlah koresponden dan mendapat hasil  $df = 41 - 2 = 39$ , sehingga mendapatkan  $r$  tabel sebesar 0,308.

**Tabel IV. 7**  
**Uji Validitas**

VARIABEL	ITEM	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	KETERANGAN
Fluktuasi Harga (X)	X1.1	0,887	0,308	Valid
	X1.2	0,868	0,308	Valid
	X1.3	0,826	0,308	Valid
	X2.1	0,816	0,308	Valid
	X2.2	0,831	0,308	Valid
	X2.3	0,883	0,308	Valid
	X3.1	0,869	0,308	Valid
	X3.2	0,834	0,308	Valid
	X3.3	0,599	0,308	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,849	0,308	Valid
	Y1.2	0,735	0,308	Valid
	Y1.3	0,844	0,308	Valid
	Y2.1	0,784	0,308	Valid
	Y2.2	0,773	0,308	Valid
	Y2.3	0,842	0,308	Valid
	Y3.1	0,760	0,308	Valid
	Y3.2	0,907	0,308	Valid
	Y3.3	0,823	0,308	Valid

**Sumber : Data Primer Olahan SPSS, 2022**

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 4.6. diatas diketahui bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,308), artinya keseluruhan pernyataan yang digunakan untuk masing – masing variabel dinyatakan valid dan memenuhi syarat sebagai alat ukur pada penelitian.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula<sup>13</sup>. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60.<sup>14</sup> Berikut tabel hasil uji reliabilitas :

**Tabel IV. 8**

<sup>13</sup>Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan Praktik* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006), h. 173.

<sup>14</sup>Danang Sunyoto, *Op.cit*, h.110.

### Uji Realibilitas

Variabel	Batas Reliabilitas	Cronbach's alpha	Keterangan
Fluktuasi Harga (X)	0,6	0,941	Reliabel/Dapat Dipercaya
Keputusan Pembelian (Y)	0,6	0,935	Reliabel/Dapat dipercaya

**Sumber : Data Primer Olahan SPSS, 2022**

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat dilihat nilai koefisien reliabilitas variabel Fluktuasi Harga (X) adalah 0,941, dan nilai koefisien variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,935. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada masing – masing variabel penelitian adalah reliabel (dapat dipercaya) dikarenakan masing – masing hasil nilai cnbach's alpha yang diperoleh lebih besar dai 0,6.

5. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dalah pengajuan yang dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal peneliti menggunakan *Kolmogorov-sminov*.<sup>15</sup>Dalam uji normalitas ini, peneliti menggunakan *IBM SPSS 21.00*.

**Tabel IV. 9**  
**Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters a,b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,51208548
Most Extreme Differences	Absolute	,113
	Positive	,056
	Negative	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		,726
Asymp. Sig. (2-tailed)		,668

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

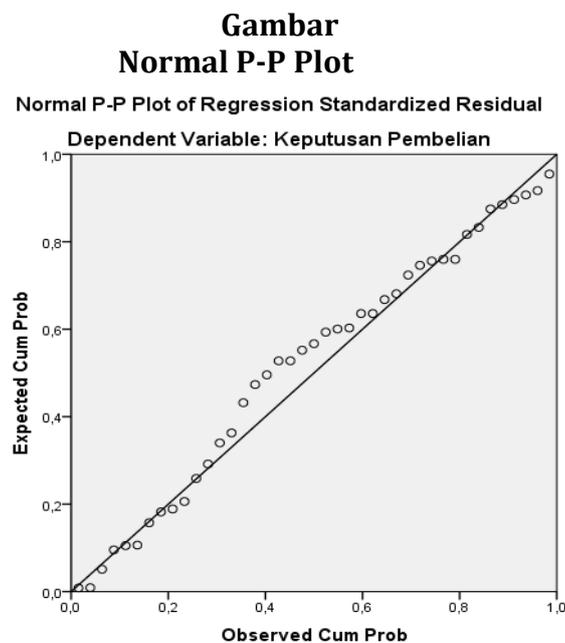
**Sumber : Data Primer Olahan SPSS, 2022**

Berdasarkan tabel IV.8 di atas dapat dilihat nilai sig > 0,05,dimana nilai signifikan 0,668 pada hasil uji normalitas. Maka dapat disimpulkan

---

<sup>15</sup>Indrawati, *Metode Penelitian Managemen dan bisnis* (Bandung : PT. Refka Aditama, 2015),h. 189.

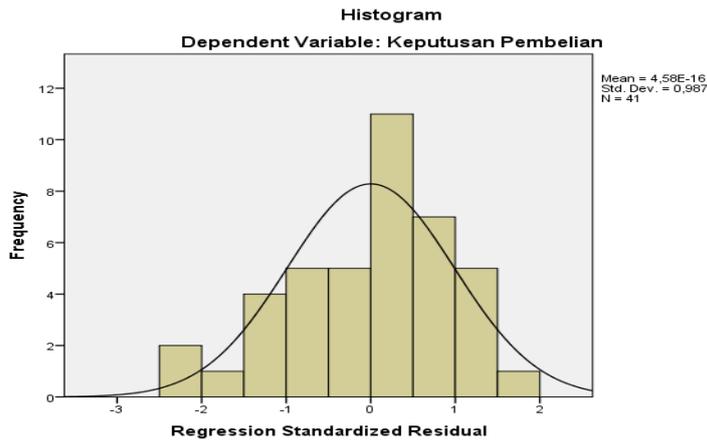
bahwa semua variabel berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dengan menggunakan analisis *probability plot* dan grafik histogram berikut :



**Sumber : Data Olahan SPSS, 2022**

P-P Plot akan membentuk plot antara nilai – nilai sumbu X melawan nilai – nilai yang ada pada sumbu Y. Apabila plot dari keduanya berbentuk linear ( didekati oleh garis diagonal), hal iniberarti variabe residual berdistribusi normal. Namun, jika plot menyebar jah dai garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa data tidakberdistribusi normal. Berdasarkan gambar di atas menjkkkan baha titik – titik pada scarter plot mengikuti garis diagonal yang berarti bahwa data residual berdistribusi normal.

**Gambar**  
**Grafik Histogram**



**Sumber : Data Olahan SPSS, 2022**

Pada gambar di atas terlihat bahwa grafik histgram bedistribusi normal yang ditunjukkan oleh data diatas tidak miing ke kii dan miing ke kanan.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode gletser yaitu dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ( $\alpha = 0,05$ ), maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,029	3,157		3,176	,003
Fluktuasi Harga	-,154	,085	-,279	1,816	,077

a. Dependent Variable: abs\_Res

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

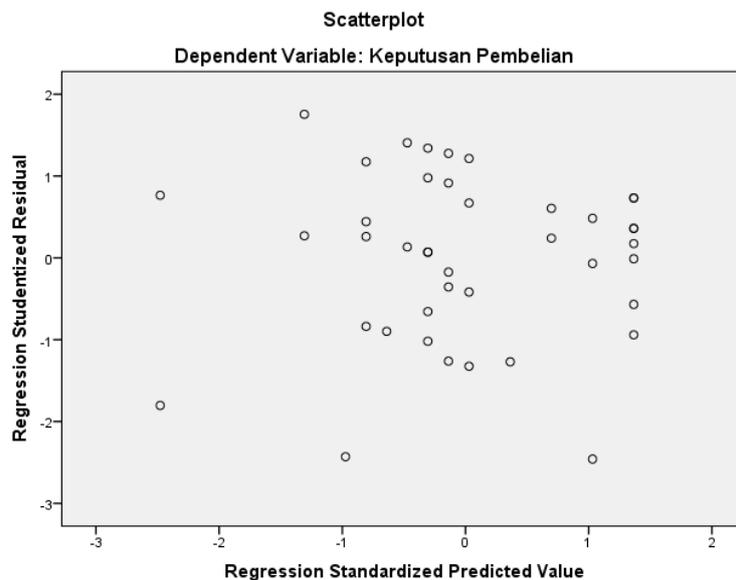
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,029	3,157		3,176	,003
	Fluktuasi Harga	-,154	,085	-,279	1,816	,077

a. Dependent Variable: abs\_Res

Sumber : Data Primer Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat pada nilai signifikan  $> 0,05$ , yaitu 0,77. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada independen variabel terhadap dependen variabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dengan menggunakan analisis *scatterplot* berikut :

**Gambar**  
**Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**



Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan gambar scatterplot di atas dapat dilihat bahwa titik – titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekita angka 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas.

c. Persamaan Regresi Linear Sederhana

**Tabel IV. 11**  
**Hasil Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	25,545	5,503		4,642	,000
	Fluktuasi Harga	,345	,148	,351	2,337	,025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022**

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 25,545 + 0,345X$$

Dari hasil analisis dengan menggunakan regresi linear sederhana dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Konstanta sebesar 25,545 mengandung arti bahwa nilai variabel X (fluktuasi harga ) adalah 0. Variabel Y (keputusan pembelian) adalah sebesar 25,545.
- 2) Koefisien regresi X sebesar 0,345 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai fluktuasi harga, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,345.
- 3) Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah
- 4) Y adalah positif. Artinya setiap terdapat penambahan harga maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 6. Uji Hipotesis Penelitian

### a. Parsial (Uji-t)

Dalam melakukan ujian parsial melalui uji-t, setiap software akan menghitung nilai  $t_{hitung}$  ditentukan oleh tingkat signifikan  $\alpha$  sebesar 5%. Ketentuan uji t apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

Sebelum menentukan diterima atau ditolaknya sebuah hipotesis, maka harus diketahui nilai t tabel terlebih dahulu dengan mencari derajat kebebasan (*dergee of freedom/df*). Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% (2-tailed) atau signifikan  $0,000 < 0,05$  dengan persamaan berikut:

$$df = n - k - 1$$

$$df = 41 - 1 - 1$$

$$df = 39$$

$$t_{tabel} = 2,022$$

Keterangan:

$df = \text{degree of freedom}$  (derajat kebebasan)

$n = \text{jumlah sampel}$

$k$  = jumlah variabel bebas

1 = konstan

Positif. Artinya setiap terdapat penambahan harga maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji-t)

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian.

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara fluktuasi harga terhadap Keputusan Pembelian.

Dalam melakukan uji parsial melalui uji-t, menghitung nilai  $t_{hitung}$  ditentukan oleh tingkat signifikan  $\alpha$  sebesar 5%. Ketentuan uji t apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Perhitungan  $t_{tabel}$  sebagai berikut :

$t_{tabel} : (a/2 : n-k-1)$  atau df residual

$t_{tabel} : (0,05/2 : 41-1-1)$

$t_{tabel} : (0,025 : 39)$

Maka  $t_{tabel} =$  angka 0,025 : 39 ialah 2.022.

Keterangan :

$a$  = tingkat kepercayaan penelitian

$n$  = jumlah sampel yang digunakan

$k$  = jumlah variabel independen

df residual = derajat kebebasan nilai residual.

Berdasarkan tabel IV.11 di atas nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $2,337 > 2,022$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian.

### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap

variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada anatar 0 dan 1, secara aljabar dinyatakan  $0R^21$ . Jika koefisien adalah 1 maka dapat disimpulkan bahwa perubahan nilai variabel dependen secara sempurna diterangkan oleh variabel - variabel bebas atau variabel independen dalam model.

Berikut hasil koefisien determinasi antara variabel independen terhadap variabel dependen minat penggunaan :

**Tabel IV. 12**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,351 <sup>a</sup>	,123	,100	5,582

a. Predictors: (Constant), Fluktuasi Harga

**Sumber : Data Primer SPSS, 2022**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi R Square adalah 0,123. Artinya bahwa pengaruh fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 12,3% sedangkan sisanya adalah 87.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dengan penelitian ini. Sedangkan untuk uji r (korelasi) sebesar 0,351 menunjukkan bahwa nilai korelasi lemah.

c. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel, dimana tujuan uji korelasi adalah untuk mendapatkan keamatan atau kekuatan hubungan antara variabel dengan dinyatakan dengan koefisien korelasi.

Hasil uji korelasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel IV. 13**  
**Uji Korelasi**

**Correlations**

		Fluktuasi Harga	Keputusan Pembelian
Fluktuasi Harga	Pearson Correlation	1	,351*
	Sig. (2-tailed)		,025
	N	41	41
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,351*	1
	Sig. (2-tailed)	,025	
	N	41	41

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

**Sumber : Data Primer SPSS,2022**

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat dilihat nilai signifikan fluktuasi harga sebesar 0,025 yang menunjukkan bahwa nilai  $< 0,05$ , maka berkorelasi. Nilai korelasi fluktuasi harga sebesar 0,351, artinya derajat hubungan antara fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian berada pada tingkat korelasi lemah.

**B. Analisis Pengaruh Fluktuasi Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Di Toko Bangunan Sumber Baru**

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear di atas menunjukkan  $Y=25,545 + 0,345X$ . Artinya, koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Artinya, setiap terdapat penambahan harga maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan data dan penelitian yang dilakukan oleh penulis serta data di lapangan, mengapa konsumen lebih tertarik untuk membeli di Toko Bangunan Sumber Baru dikarenakan harganya yang terjangkau dari toko lain. Sehingga konsumen mengambil keputusan untuk membeli di Toko Bangunan Sumber Baru ini. Pendapat ini didukung oleh salah satu peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Asrizal Efendy Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana dengan judul “ *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 2018*” variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, variabel yang paling dominan berpengaruh adalah variabel harga. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah pada jenis penelitiannya.

Pendapat lain yang berkaitan dengan skripsi ini yang dilakukan oleh Mochamad Ridzky Arweidya “ *Analisis Pengaruh Harga, Jenis media promosi, resiko kinerja terhadap keputusan pembelian via internet pada toko online*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, perbedaan dengan penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitiannya dan variabel X nya.

**C. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Harga Di Toko Bangunan Sumber Baru**

Ibnu Qudhamah memberikan dua alasan tidak diperbolehkannya mengatur harga. Pertama, Rasulullah tidak pernah menetapkan harga meskipun penduduk menginginkannya. Kedua, menetapkan harga adalah suatu ketidakadilan (*zulm*) yang dilarang. Hal ini karena melibatkan hak milik seseorang, yang di dalamnya adalah hak untuk menjual pada harga berapapun, asal ia bersepakat dengan pembelinya.

Salah satu alasan mengapa Rasulullah SAW menolak menetapkan harga adalah pada waktu itu, di madinah, tidak ada kelompok yang secara khusus hanya menjadi pedagang. Para penjual dan pedagang merupakan orang yang sama, satu sama lain. Tidak seorang pun bisa dipaksa untuk menjual sesuatu, karena penjualnya tak bisa diidentifikasi secara khusus. Kepada siapa penetapan itu akan dipaksakan. Itu sebabnya penetapan harga hanya mungkin dilakukan jika diketahui secara jelas ada kelompok yang melakukan perdagangan dan bisnis melakukan manipulasi sehingga berakibat menaikkan harga.

Dalam firman Allah SWT dalam (Q.S. An-Nisa 4:29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ 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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah penyanggah kepadamu. (QS. An-Nisa’4:29).<sup>16</sup>

Pada intinya ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang merugikan untuk kepentingan pribadi, seakan-akan telah menumpahkan darahnya dan pada akhirnya juga hanya membuka pintu kebinasaan untuk dirinya sendiri. Kebinasaan untuk dirinya sendiri. Mencuri, korupsi, suap-menyuap, judi, penipuan, pemalsuan, riba dan masih banyak lagi cara mendapatkan keuntungan sejenisnya, semua mengandung dua sebab yang menjadikannya tidak masyru’. Jika pada sebagian diantaranya mengandung unsur suka sama suka, tetapi tidak memenuhi syarat yang lebih penting lagi yaitu yang terkandung dalam firman-Nya. “ dan janganlah kalian membunuh diri kalian sendiri.

Kriteria yang digunakan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga salah satunya yaitu harga yang adil.

Ibnu Taimiyah dalam kitab Al-Hisbah fi Al-Islam membedakan harga menjadi dua yaitu harga yang tidak adil dalam arti cacat hukum serta harga yang adil dan sah menurut hukum. Jelas bahwa harga itu zholim dan tidak diperbolehkan, dan ada juga yang adil dan diperbolehkan.

Dalam menetapkan harga Ibnu Taimiyah berpatokan pada kekuatan pasar, dalam hal ini hukum permintaan dan penawaran keseimbangan harga tercipta jika tidak ada salah satu pihak yang dirugikan. Ibnu taimiyah membedakan tipe penetapan harga yaitu “

a. Konsep harga yang adil dalam islam

---

<sup>16</sup>Ibid 83

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-adl*), termasuk juga dalam penetapan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini.<sup>17</sup>

Dalam al-Qur'an surat hud ayat 85 dinyatakan sebagai berikut :

وَيَقُومِ أَوْفُوا أَلْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ  
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : *Dan wahai kaumku! Penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan.*

Contoh dilapangan yang berkaitan dengan konsep harga yang adil adalah tidak merugikan pihak manapun, artinya antara penjual dan pembeli sama-sama diuntungkan. Hal ini sesuai dengan pendapat salah satu konsumen Amar " Harga Bahan Bangunan di Toko Sumber Baru sudah sesuai dengan keinginan saya ". Sebagai data pendukung dari hasil tanggapan responden yang menyatakan Setuju sebesar 53,7% artinya, konsumen merasa puas dan tidak dirugikan.<sup>18</sup>

b. Konsep harga yang jujur

Dalam jual beli hendaknya disertai dengan rasa jujur sehingga ada nilai manfaatnya. Apabila penjual dan pembeli saling tipu menipu atau merahasiakan apa yang seharusnya di katakan maka tidak ada nilai manfaatnya.

Kejujuran sangat penting bagi seorang pedagang muslim karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan, kemampuan produk atau jasa mereka selama penjualan.<sup>19</sup>

Dalam Al-Qur'an Allah SWT dengan jelas dan tegas mengancam orang yang curang atau orang yang tidak jujur dalam berniaga, Surat Al-Muthafifin ayat 1-3 sebagai berikut :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ . الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ . وَإِذَا  
كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya : *Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*

---

<sup>17</sup>Yusuf Qhardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonimian Islam*, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyyu' ( Jakarta : Robbani Press, 2004),h. 316.

<sup>18</sup>Wawancara Amar, Konsumen Toko Bangunan Sumber Baru. 3 Februari, 15.30

<sup>19</sup>Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam* ( Yogyakarta : Pustaka Pelajar), h. 105.

Contoh dilapangan yang berkaitan dengan konsep harga yang jujur adalah memberitahukan kepada konsumen apabila terdapat kerusakan atau kecacatan pada barang yang akan di beli oleh konsumen

Berdasarkan observasi dilapangan dari karyawan toko yaitu Bagas, memberitahukan kerusakan atau kecacatan dari barang yang akan di beli konsumen dan diganti dengan yang baru.<sup>20</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah maka keputusan pembelian berubah menjadi semakin tinggi.

Penjelasan ini sudah sesuai dengan konsep ekonomi syariah sebagaimana yang telah di jelaskan oleh Ibnu Taimiyah mengenai kriteria harga yaitu , konsep harga yang adil dalam islam dan konsep harga yang jujur dalam islam.

## KESIMPULAN

1. Dari penelitian dihasilkan persamaan regresi Y :

$$Y = 25,545 + 0,345X$$

Hal ini di uji dengan uji-t dyang menghasilkan nilai signifikansi fluktuasi harga sebesar 0,025 yang menunjukkan bahwa nilai < 0,05, artinya terdapat pengaruh antara fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian. Nilai Determinasi sebesar 0,123. Artinya bahwa pengaruh fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian sebesar 12,3%. sedangkan sisanya adalah 87.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dengan penelitian ini.

Nilai korelasi fluktuasi harga sebesar 0,351. Artinya hubungan antara fluktuasi harga terhadap keputusan pembelian berada pada tingkat korelasi lemah.

2. Penetapan harga di Toko Bangunan Sumber Baru sudah sesuai dengan ekonomi syariah yang dikemukakan oleh Ibnu Taimiyah yaitu konsep harga yang adil dalam islam dan konsep harga yang jujur dalam islam.

## REFERENSI

Danang Sunyato, *Praktik SPSS Untuk Kasus* ( Yogyakarta : Nuha Medika, 2011)

Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2004)

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Edisi Ke empat (Jakarta: Gramedia, 2008)

---

<sup>20</sup> Wawancara Bagas, Karyawan Toko Sumber Baru. 3 Februari 14.30

- F. Habibi, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Tambahan Harga Dari Harga Normal Yang Diminta Tukang Bangunan*. (Journal Pdf, 2013)
- Indrawati, *Metode Penelitian Manajemen dan bisnis* (Bandung : PT. Refka Aditama, 2015)
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung, Remaja Rosdakarya 2008)
- Nur Chamid, *Jejak Langkah dan Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, ( Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)
- Peter, Paul dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam* ( Yogyakarta : Pustaka Pelajar), h. 105.
- Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan Praktik* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006)
- Thamrin Abdullah Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* ( Jakarta: Rajawali pers, 2012)
- Yusuf Qhardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyyu'* ( Jakarta : Robbani Press, 2004)