

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARGET
PENJUALAN DI GROSIR SEMBAKO SINTA KECAMATAN
TAPUNG HILIR DITINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menyelesaikan Tugas Akhir dan Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

HENGKI KURNIAWAN
NIM. 11525103882

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
1442 H/2021 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Target Penjualan Di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Hengki Kurniawan
 NIM : 11525103882
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Agustus 2020
 Pembimbing Skripsi

Budi Azwar, S.E., M.Ec
 NIP. 19800104200801 1005

UIN SUSKA RIAU

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul, “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARGET PENJUALAN DI GROSIR SEMBAKO SINTA KECAMATAN TAPUNG HILIR DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH” yang ditulis oleh :

Nama : HENGKI KURNIAWAN
NIM : 11525103882
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 03 Februari 2021
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Februari 2021
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Hajar, M. Ag

Sekretaris
Nuryanti, M.E,Sy.

Penguji I
H. Rahman Alwi, M.Ag.

Penguji II
Dr. Syahpawi, M.Sh

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
NIP. 19580712 196803 1 005



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Target Penjualan Di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**. Penelitian ini bersifat penelitian lapangan Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir dan Bagaimana Tinjauan Ekonomi Syariah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui apakah harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir dan untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Syariah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir sebanyak 366 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*. Maka, diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 78.54 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Observasi, Angket dan Dokumentasi*. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah metode *Deskriptif Kuantitatif* dengan regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan SPSS 21..

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwasecara parsial dan simultan variabel harga produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir. Pengaruh ketiga variabel tersebut adalah sedang karena nilai *R Square* sebesar 59.6% berada pada rentang 0.40-0.599. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh harga, produk dan promosi terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir telah sesuai dengan nilai-nilai dasar serta intrumental ekonomi Syariah, yaitu tidak adanya unsur riba, adanya kerjasama yang baik serta memiliki harga yang sesuai dengan produknya dan dapat dijangkau oleh masyarakat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis diberi kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Shalawat beserta salam tak lupa penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai junjungan kita yang telah membawa manusia dari yang tak berilmu sampai kepada manusia yang berilmu dan beriman.

Dengan izin dan rahmat yang Allah berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Target Penjualan Di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** Untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ayahanda (Tohir) dan ibunda (Rakinah) tercinta yang telah membesarkan dan membimbing dengan penuh cinta dan kasih, do'a dan pengorbanan nya kepada penulis yang tidak mungkin sanggup penulis balas, dan yang tidak

henti-hentinya mendo'akan penulis dan memberikan penulis semangat sehingga penulis bisa sampai seperti ini. Serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan motivasi hidup yang sangat luar biasa sehingga hati ini terus berjuang dalam mencapai keinginan dan cita-cita.

2. Bapak Prof. Dr. H. Suyitno, S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sekaligus Dosen pembimbing Akademik beserta Wakil Rektor I, Wakil Rektor II, dan Wakil Rektor III.
3. Bapak Dr. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan, Bapak Dr. Heri Sunandar, M.CL selaku wakil dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag selaku wakil dekan II, Bapak Dr. H. Maghfirah, M.Ag selaku wakil dekan III yang bersedia mempermudah dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Syahpawi, S.Ag., M.Sy, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Sekretaris Jurusan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak,CA yang telah memberikan bantuan kepada penulis menuntut ilmu di jurusan.
5. Bapak Budi Azwar, S.E.,M.Ec. selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi dan beserta staf dan jajarannya.
6. Ibu Nurnasrina, SE.,M.Si, selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum.
7. Kepada seluruh Bapak Dosen dan Ibu Dosen serta karyawan dan karyawan pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Bapak/Ibu karyawan perpustakaan Universitas dan Fakultas Syari'ah dan Hukum karena telah memberikan kemudahan dalam peminjaman buku-buku.
9. Pemilik Grosir Sembako Sinta Bapak Ramidi, atas segala bantuan yang diberikan, semoga menjadi amal shaleh di sisi Allah SWT.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, Agustus 2020
Penulis

HENGKI KURNIAWAN
NIM. 11525103882

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
E. Metode Penelitian.....	11
1. Lokasi Penelitian.....	11
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	11
3. Populasi dan Sampel.....	12
4. Jenis dan Sumber Data.....	13
5. Teknik Pengumpulan Data.....	14
6. Teknik Analisa Data.....	15
7. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Gambaran Umum Grosir Sembako Sinta.....	28
B. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	29
C. Aktivitas Grosir Sembako Sinta.....	30
BAB III : TINJAUAN TEORETIS	
A. Usaha Sembako.....	31
1. Pengertian Usaha Sembako dan Sumber Hukumnya.....	31
2. Urgensi Sembako Komoditas Lainnya.....	33
3. Distribusi Sembako.....	33
B. Pemasaran.....	36
1. Pengertian Pemasaran.....	36
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	38
3. Konsep Pemasaran Syariah.....	49
C. Target Penjualan.....	50
1. Pengertian Target Penjualan.....	50
2. Tujuan Penjualan.....	51
3. Penjualan dalam Ekonomi Islam.....	52
D. Kerangka Pemikiran.....	54
E. Hipotesis Penelitian.....	55

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	56
1. Karakteristik Responden	56
2. Deskriptif Penelitian	58
3. Uji Kualitas Data.....	64
4. Uji Asumsi Klasik.....	67
5. Pengujian Regresi Linier Berganda	71
6. Pengujian Hipotesis.....	72
B. Pembahasan.....	76
C. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi Target Penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir	78

BAB V :PENUTUP

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Grosir Sembako Sinta Tahun 2016-2018	8
Tabel 1.2. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	24
Tabel 1.3. Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional.....	26
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	58
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga	59
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Tentang Variabel Produk.....	60
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi.....	62
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Tentang Variabel Target Penjualan	63
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Harga (X1).....	65
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Produk (X2).....	65
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Promosi (X3)	66
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Target Penjualan (Y).....	66
Tabel 4.12. Hasil Uji Realibitas.....	67
Tabel 4.13. Uji Multikolinieritas Coefficientsa	69
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.15. Hasil Pegujian Hipotesis Untuk Uji Simultan Dengan F- Test7	73
Tabel 4.16. Hasil Pengujian (Uji t).....	74
Tabel 4.17. Hasil Pengujian untuk Uji Koefisien Determinasi (R ²)	75

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability P-Plot	68
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	70



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan yaitu ingin mencapai target penjualan dan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau meningkatkan untuk jangka waktu lama. Tercapai tidaknya target penjualan dilihat dari volume penjualan yang diperoleh.

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhandari kegiatan – kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.¹

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan”. Dari konsep pemasaran diatas jelaslah bahwa perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya dengan mengetahui apa yang menjadi kebutuhannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang.²

Persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, memaksa setiap perusahaan untuk selalu menemukan strategi-strategi jitu agar mampu bertahan,

¹ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2000, h. 7

² Dharmmesta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2000, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan meningkatkan kinerja perusahaan. Salah satu strategi yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan adalah pengelolaan manajemen penjualan.³

Tenaga penjualan sebagai *salesforce* dalam menghasilkan keuntungan merupakan hal yang perlu dicermati untuk mengkomunikasikan antara produk dengan konsumen. Tenaga penjualan mempunyai peranan penting untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Tenaga penjualan diharapkan mampu berkomunikasi dengan baik, mengenali dan menyampaikan nilai produk yang ditawarkan. Mampu menggunakan berbagai pendekatan relational dalam menghadapi pelanggan. Selain itu, mampu menyesuaikan diri dengan perubahan situasional yang terjadi di pasar, sehingga sukses merealisasikan tujuannya, yaitu mencapai target penjualan yang telah direncanakan.⁴

Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).⁵ Volume penjualan adalah nilai selisih antara input dan output yang diperoleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.⁶ Dalam sebuah penjualan, tentunya kita harus memiliki sebuah target yang hendak dicapai. Target inilah yang pada akhirnya disebut sebagai target penjualan. Target penjualan pada akhirnya ditentukan pada awal seorang pengusaha membangun bisnisnya.

³ Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: UP, 2006, h. 5

⁴ Roman, *Citicoline in Vascular Cognitiv*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, h. 65

⁵ M. Nafirin. *Penganggaran Perusahaan.*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, h. 166

⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2008, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negoisasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksankannya rencana penjualan yang ditetapkan.⁷

Perdagangan atau aktivitas jual-beli telah dikenal umat manusia sejak dahulu kala. Ajaran Islam secara tegas telah menghalalkan aktivitas jual-beli atau perdagangan dan mengharamkan riba. Bahkan, sebelum diangkat Allah SWT menjadi Rasul, Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang yang jujur. Dalam Alquran tercatat ada sejumlah ayat tentang jual-beli. Ayat-ayat itu antara lain QS:al-Baqarah ayat 254:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِي يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا
وَلَا شَفَاعَةَ ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang Telah kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at [160]. dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim.⁸

⁷ Sofjan Asauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 23

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung CV. Penerbit Kanatun Ali, 2004, h. 173

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut hukum Islam jual beli yang terdapat ketidakjelasan dalam objek jual beli ini terlarang dan termasuk gharar. Penelusuran sementara peneliti bahwa dalam konsep *All You Can Eatter* dapat unsur gharar (unsur tipudaya). Dengan dasar sabda Rasulullah SAW dalam hadits Abu Hurairah yang berbunyi :

وَحَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ ابْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ إِدْرِيسَ وَيَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ وَأَبُو أُسَامَةَ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَرْزُوقٍ حَدَّثَنَا زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ (وَاللَّفْظُ لَهُ) حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ حَدَّثَنِي أَبُو الزِّنَادِ عَنِ الْأَعْمَشِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ (رواه مسلم)

“Dan telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abi Syaibah telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Idris dan Yahya bin Sya'id serta Abu Usamah dari Ubaidillah, dan diriwayatkan dari jalur lain telah menceritakan kepadaku Zuhair bin Harb sedangkan (lafadz darinya) telah menceritakan kepada Yahya bin Said dari Ubaidillah telah menceritakan kepada Abu az Zinad dari Al 'Araj dari Abu Hurairah, dia berkata : “Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual-beli lempar kerikildan jual-beli unsur penipuan” HR. Muslim (Shahih Muslim, tt: No.2783).⁹

Dengan demikian, adanya ketidakjelasan dalam objek jual beli tersebut, merupakan sebuah kegagalan dan sebuah permasalahan yang menyimpangan jika dilihat dari teori syarat sahnya jual beli menurut hukum Islam. Oleh karena itu dalam penjualan harus jujur dan untuk mendapatkan untung maka sebelumnya menargetkan penjualan terlebih dahulu.

Target penjualan adalah jumlah barang atau jasa yang harus terjual yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan.¹⁰ Target adalah sasaran (batas

⁹ Sunan Shahih Muslim No. 2783, Lihat Software CD *Lidwa Hadis 9 Imam Versi Bahasa Indonesia*, Global Islamic Software, 1997, h.8

¹⁰ Swastha, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008, h. 404

ketentuan dan sebagainya) yang telah ditetapkan untuk dicapai.¹¹ Target adalah sasaran yang telah ditetapkan untuk dicapai dengan suatu perencanaan. Jadi dalam melaksanakan suatu pekerjaan hendaknya diawali dengan suatu rencana agar apa yang telah ditetapkan bisa dicapai dengan baik.

Pada umumnya tujuan penjualan dapat dicapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang dan jasa yang terjual akan selalu menghasilkan laba, karena perlu diperhatikan pula proses dari penjualan yang dapat menentukan berhasil tidaknya perusahaan dalam menerapkan strategi penjualan.

Menurut Fadiyah cara menentukan target penjualan berhasil dengan berbagai cara yaitu:¹²

1. Perhitungan target penjualan bulanan

Sebelum menentukan target maka harus memastikan rencana target tersebut bersesuaian dengan target tahunan. Setelah memastikan target tahunan, perhitungkan berapa departemen, tim, dan orang sales yang harus terlibat untuk memenuhi target tersebut di tiap tahunnya.

2. Pasang target penjualan secara perlahan

Angkan biaya untuk waktu rum up untuk karyawan jika akan menerapkan target baru.

3. Urutkan target penjualan

Tentukan target mana yang akan membawa keuntungan lebih tinggi dan jadikan target pertama.

¹¹ Awi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Depdikbud, 2013. h. 2397

¹² Syifa Fadiyah, *Langkah-langkah Menyusun Target Penjualan yang Baik*, 2015, Hasmicro.com, diakses 25 September 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Ubah angka target penjualan ke target aktivitas
 Untuk menentukan apa saja yang harus dilakukan demi mencapai target, pertimbangkan rekam jejak karyawan melalui pipeline untuk melihat kegiatan apa yang sudah dilakukan untuk mencapai target sebelumnya.
5. Tentukan insentif penjualan
 Berapa insentif yang diberi untuk sales jika memenuhi kuota penjualan. Bonus dan kompensasi yang membuat mereka tetap termotivasi untuk melakukan yang terbaik.
6. Pantau kemajuan target.
 Seluruh strategi akan sia-sia jika tidak dipantau. Pantau segala kemajuan perusahaan melalui dashboard di sistem penjualan.
7. Berikan pelatihan yang mumpuni
 Jika sales mengalami kesulitan berkepanjangan dalam memenuhi target lakukan pelatihan atau berikan mentor.
 Menentukan target penjualan penting untuk menentukan pendapatan yang tidak diraih. Untuk melakukannya, tentu dibutuhkan koordinasi yang baik antara sales dan manajer. Mengkomunikasikan target penjualan dan memantaunya harus dilakukan secara efektif dan seoptimal mungkin. Dengan demikian, perusahaan akan dapat melakukan penjualan secara baik.
 Sebuah perusahaan memerlukan target penjualan sebagai pemacu yang sangat dalam mencapai keuntungan yang diharapkan. Setiap perusahaan dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan target penjualannya masing-masing. Tidak ada patokan khusus yang membuat sebuah perusahaan harus memiliki target penjualan tertentu.¹³

Menentukan target penjualan adalah pekerjaan yang susah-susah gampang. Meskipun target penjualan bisa dilakukan dengan bebas, namun ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi supaya target penjualan tidak menjadi bumerang bagi perusahaan itu sendiri.

Target penjualan dapat dipahami dengan target penjualan dalam mendistribusikan produk ke penjual. Jika persentase permintaan barang ke sebuah outlet naik, berarti target penjualan tercapai. Selain itu, target penjualan ini dapat pula dikatakan berhasil jika persentase jumlah outlet yang menjadi distributor bertambah. Selain itu target penjualan yang dapat diraih oleh perusahaan.¹⁴

Apabila target penjualan tidak tercapai dalam setahun, artinya target penjualan di suatu perusahaan tidak berhasil dan harus mencari tahu apa penyebab dari tidak tercapainya target yang telah direncanakan sebelumnya. Karena jika tidak tercapainya target penjualan maka berakibat pada pendapatan di suatu perusahaan.

Perusahaan dagang merupakan perusahaan yang kegiatannya membeli barang dan menjualnya kembali tanpa melakukan perubahan terhadap barang tersebut terlebih dahulu. Barang yang dijual dapat berupa bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi. Barang yang dijual dapat pula berupa hasil pertanian, perkebunan, atau industry.¹⁵

¹³ Agus, *Konsep Target Penjualan dan Cara Menentukannya*, 2016, Ciputrauceo.com, Diakses 25 September 2019

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ Alam, *Ekonomi*, Jakarta: Esis, 2007, h. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu usaha dagang yang berkembang saat ini adalah usaha grosir salah satunya adalah Grosir Sembako Sinta yang berada di Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar. Usaha grosir merupakan bentuk usaha yang paling dicari oleh para konsumen khususnya para penjual kembali dengan porsi kecil karena di dalam Grosir Sembako Sinta tersebut menyediakan barang-barang yang lengkap seperti keperluan sehari-hari baik berupa makanan pokok dan perlengkapan yang diperlukan tiap harinya misalkan beras, minyak goreng, telur, sikat gigi, pasta gigi, sabun, dll diantara barang itu semua pasti setiap orang memerlukannya.

Dalam menjalankan usahanya saat ini Grosir Sembako Sinta mengalami permasalahan berkaitan dengan penjualan. Hal ini terlihat dari tidak tercapainya target yang diharapkan di tiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Grosir Sembako Sinta Tahun 2016-2018

Entity	Target penjualan/tahun	Realisasi					
		2016	%	2017	%	2018	%
Sandang	Rp. 50,000,000	Rp. 37,129,000	74.26	Rp. 31,123,000	62.25	Rp. 40,152,400	80.302
Pangan	Rp. 2,007,000,000	Rp. 1,787,244,000	89.05	Rp. 1,625,304,000	80.98	Rp. 1,541,143,600	76.79
BBM	Rp. 17,000,000	Rp. 16,790,000	98.76	Rp. 13,400,000	78.82	Rp. 12,352,000	72.66
Lainnya	Rp. 80,000,000	Rp. 71,400,000	89.25	Rp. 67,900,000	84.88	Rp. 83,042,000	103.80
Jumlah	Rp. 2,154,000,000	Rp. 1,912,563,000	89	Rp. 1,737,727,000	81	Rp. 1,676,690,000	78

Sumber: Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dianalisa penjualan Grosir Sembako Sinta mengalami penurunan. Dari penjualan tahun 2016 hingga 2018, pada tahun 2016 keseluruhan penjualan Grosir Sembako Sinta Rp. 1,912,563,000 dengan persentase penjualan tahun 2016 yaitu 89% pada tahun 2017 keseluruhan penjualan Rp. 1,737,727,000, dengan persentase penjualan tahun 2017 yaitu 81%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan pada tahun 2018 keseluruhan penjualan pada Grosir Sembako Sinta Rp. 1.576,690,000 dengan persentase penjualan tahun 2018 yaitu 78%. Dalam tahun terakhir penjualan tahun 2018 menurun menjadi 78%. Sandang tahun 2018 meningkat meski tidak mencapai target. Pangan, BBM mengalami penurunan. Pencapaian ini menunjukkan ada persoalan kinerja pencapaian target di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir.

Semua perusahaan pasti akan menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan penjualan. Banyak perusahaan yang berusaha menargetkan penjualan namun sesungguhnya perusahaan kurang membekali dengan pengetahuan dan keterampilan menjual yang mengakibatkan menurunnya performa dan hasil yang dicapai. Hal ini tentunya akan membawa dampak bagi perusahaan sehingga perusahaan tidak memperoleh profit maksimal.

Beberapa penelitian tentang penjualan produk dilakukan oleh Herlina produk obat anti nyamuk bakar merek garuda pada PT. indomarco cabang Bangkinang. yang menjadi variabel pada penelitian tersebut adalah produk, harga, promosi, distribusi sangat mempengaruhi penjualan. Diantara keempat variable tersebut ternyata variabel produk yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap penjualan.¹⁶

Berdasarkan latar belakang inilah penulis tertarik untuk mengadakan penulisan karya tulis ini dengan judul :”**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Target Penjualan Di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**”.

¹⁶ Herlina, *Produk obat anti nyamuk bakar merek garuda pada PT. indomarco cabang Bangkinang*, 2015. Skripsi, h. 29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dilakukan untuk menghindari penyebaran pokok masalah dan mempermudah dalam pembahasan penelitian untuk menjawab tujuan penelitian. Penelitian ini dibatasi pada harga, produk, promosi dan target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Syariah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir.
- b. Untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Syariah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir.

E. Metode Penelitian

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

- a. Bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Tinjauan Ekonomi Syariah tentang analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir dan untuk memperoleh gelar Program (S1).
- b. Bagi perpustakaan diharapkan dipergunakan untuk memperkaya koleksi dalam ruang lingkup karya-karya penulisan lapangan.
- c. Bagi masyarakat memberikan informasi tentang usaha sembako sebagai alternatif pilihan yang diharapkan dapat membantu perekonomian mereka.
- d. Bagi Pengusaha untuk lebih memperhatikan harga, produk dan promosi penjualan agar dapat tercapai target penjualan di tiap tahunnya.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir. Tepatnya di Desa Tanah Tinggi kec. Tapung Hilir Kab. Kampar Riau. Alasan meneliti di Grosir Sembako Sinta ini adalah karena dalam penjualan mengalami penurunan dan tidak mencapai target yang diharapkan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah member batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variable penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melekat, dan yang dipermasalahkan.¹⁷ Subjek dalam penelitian ini adalah Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir. Sedangkan objek penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji.¹⁸ Populasi dapat dibedakan menjadi 2 antara lain.¹⁹

- a. Populasi tak terhingga, yaitu suatu populasi dimana obyeknya tak terhingga atau tidak terhitung jumlahnya.
- b. Populasi terhingga, yaitu suatu populasi yang terhingga obyeknya atau dapat dihitung jumlahnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir sebanyak 366 orang. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.²⁰ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *slovin* sebagai berikut :²¹

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016, h. 26

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h.

¹⁹ Sudjana, *Metode Statistika*, Bandung: Tarsito, 2000, h. 73

²⁰ Novita Lusiana, dkk, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kebidanan*, Yogyakarta: Deepublish, 2015, h. 38

²¹ Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2006, h. 66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1 + \{N(e)^2\}}$$

Keterangan :

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel yang dicari

E = tingkat kesalahan / batas toleransi kesalahan (*error*) sebesar 10%

$$= \frac{N}{1 + \{N(e)^2\}} = \frac{366}{1 + \{366(0,1)^2\}} = \frac{366}{1 + \{366(0,01)\}} = \frac{366}{4,66} = 78,54$$

Maka, diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 78.54 responden.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau beberapa variabel dengan variabel lain²².

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik secara kuantitatif atau kualitatif yang menunjukkan fakta. Atau data dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.²³ Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu:

a. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang diperoleh langsung dari responden secara

²² Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2004, h. 38

²³ Patricia Ann dan Arthur, *Riset Keperawatan*, Jakarta: EGC, 2002, h. 90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tertulis yang terkait dengan indikator-indikator yang diteliti. Dengan demikian sumber data yang digunakan adalah data primer karena peneliti langsung mengumpulkan data dari tiap responden dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumentasi, angket dan literatur kepustakaan seperti buku-buku serta sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah instrumen lain yang sering di jumpai dalam penelitian pendidikan yakni dengan cara memberikan pengamatan secara langsung pada suatu objek penelitian. Penulis melakukan pengamatan di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati langsung segala aspek yang terjadi di lapangan.

b. Angket

Angket merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan kepada responden untuk diisi.²⁴

²⁴ Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2014, h. 113

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, catatan harian dan sebagainya. Dalam penelitian ini dokumentasi di gunakan untuk memperoleh kegiatan serta proses sistem bagi hasil di bank.

6. Teknik Analisa Data

Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilakukan tahap-tahap teknik pengolahan data sebagai berikut:

a. Editing

Editing merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemerosesan data dengan teknik statistik.

b. Coding

Coding merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang sama. Tujuannya adalah menyederhanakan jawaban.

c. Scoring

Scoring yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam skor ini digunakan Skala Likert dengan lima kategori penilain yaitu :

- 1) Skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju
- 2) Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Skor 3 diberikan untuk jawaban netral
- 4) Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
- 5) Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju

d. Tabulating

Tabulating yaitu menyajikan data yang diperoleh dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulating selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program computer IBM SPSS 21.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian**1) Uji Validitas**

Uji validitas, adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.²⁵

$$r_{xy} = \frac{N \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(N \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(N \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

X: Variabel pertama

Y: Variabel Kedua

N: Jumlah Data

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, h.145.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. instrumen Realiabile adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama dan menghasilkan hasil yang sama. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai $\text{Alpha} > 0,50$.²⁶ Uji Reliabilitas, menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.²⁷

Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus reabilitas dengan metode alpha yakni :

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum S^2}{S^2} \right]$$

Keterangan :

K: Jumlah item

$\sum S^2$: Jumlah varian skor total

S^2 : Varians responden untuk item

b. Uji Asumsi Klasik**1) Uji Normalitas**

Normalitas data merupakan asumsi yang sangat mendasar dalam analisis multivariate. Jika variasi yang dihasilkan dari

²⁶Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012. h, 121.

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013. h.221

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

distribusi yang tidak normal, maka uji statistik yang dihasilkan tidak valid. Selanjutnya normalitas dibutuhkan dalam melakukan uji statistik F dan t.²⁸ Normalitas dapat diuji dengan berbagai cara, diantaranya dengan uji statistic *Kolmogrov Smirnov* dengan kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai yang signifikansinya telah ditentukan yaitu sebesar 5% (0,05).

2) Uji Asumsi klasik

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan betul-betul terbebas dari gejala multikolinearitas, autokolerasi, dan gejala heteroskedastisitas perlu dilakukan pengujian yang disebut uji asumsi klasik.

3) Uji Multikolinearitas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel dependen. Jika ada, berarti terdapat multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen.²⁹

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan mengamati :

- a) Besaran *Variabel Inflation Factor* (VIF) dan tolerance model, dikatakan bebas multikolinearitas jika VIF berada di bawah angka 10 dan mempunyai angka toleransi mendekati 1.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008,

²⁹ Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 25*. Jakarta: Elex Media 2004, h. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Besaran kolerasi variabel independen, jika kolerasi antar variabel independen lemah (di bawah 0,5) maka dikatakan bebas multikolinearitas.

4) Autokorelasi

Autokorelasi merupakan kondisi dimana kealahan pengganggu saling berkorelasi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika ada berarti terdapat korelasi.

Konsekuensi bila adanya autokorelasi adalah varian sampel tidak dapat menggambarkan varian populasinya, sehingga model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen pada nilai variabel independen tertentu. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.³⁰

Pengujian autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson test. Pada penelitian ini untuk mengetahui adanya autokorelasi diuji dengan menggunakan *Durbin-Watson Test*, yaitu:

- a) Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di bawah -2, berarti terdapat autokorelasi positif.
- b) Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di antara -2 sampai +2 berarti tidak terdapat autokorelasi.

³⁰*Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di atas +2, berarti terdapat autokorelasi negatif.

5) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.³¹ Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas.

Diagnosis adanya heteroskedastisitas secara kuantitatif dalam suatu regresi dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak dalam sebuah model regresi. Jika titik-titik dalam yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyempit, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan titik-titik tersebut menyebar secara tidak teratur (pola tidak jelas) diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel independen

³¹Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008, h.179

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen³² Data yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu data yang terkumpul dianalisis dengan menguraikan serta mengaitkan dengan teori-teori yang ada dengan permasalahan yang ada, yang kemudian akan memberikan hasil yang relevan untuk selanjutnya kemudian diambil kesimpulan dan saran. Pengaruh antara variabel ini akan diformulasikan ke dalam persamaan.³³

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Target Penjualan

a = konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Produk

X₃ = Promosi

e = Error Term

β_i = Koefisien Regresi

i = 1.

Sebelum dilakukan uji hipotesis, dilakukan terlebih dahulu uji asumsi agar model dalam penelitian ini terbebas dari autokorelasi, multikolinearitas dan heteroskedastisitas serta data dalam penelitian ini berdistribusi normal data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

³²Ibid., h. 117

³³Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia, 2002, h. 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji t Uji Signifikan Secara Parsial (Uji Statistik t)

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (mandiri) dan juga melihat variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap variabel terkait.³⁴ Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesa dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada α (α) 5% dan dengan uji dua sisi atau uji dua arah yaitu $\alpha/2 = 0,025\%$ dengan *degree of freedom* (df) = $n - (k + 1) = 96 - 2 = 94$, maka didapat t tabel adalah 1,986. Adapun yang dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} . Adapun kriteria target penjualan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

³⁴ Sugiyono, *Op. Cit*, h. 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel} \leq t_{hitung}$ atau $Sig \geq \alpha$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F > 0,05$, maka model regresi adalah tidak baik.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

4) Koefisien Korelasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Rumus korelasi ganda dengan dua variabel independen adalah:

$$r^1 = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

keterangan:

r_{xy} = Angka Indeks Korelasi “r” Product moment

n = Sampel

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum X$ = Jumlah seluruh skor

$\sum Y$ = Jumlah seluruh skor Y

Tabel 1.2**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi³⁵**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

7. Definisi Operasional Variabel Penelitian**a. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut,

³⁵Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudian ditarik kesimpulan.³⁶ Variabel adalah konsep yang telah ditransformasikan menjadi konstruk yang memiliki nilai variasi. Dalam tulisan ini penulis menggunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini yaitu:

1) Variabel Independen

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Juga sering disebut variabel bebas, predictor, stimulus, eksogen atau antecedent.³⁷ Variabel ini sering disebut sebagai variabel Stimulus, Prediktor, *antecedent*. Yang di dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, produk, promosi.

2) Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya

³⁶ *Ibid*, h. 38

³⁷ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013, h. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel bebas. Variabel terikat atau dependent dalam penelitian ini yaitu target penjualan (Y).

b. Defenisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.³⁸ Definisi operasional menjelaskan cara tetentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik. Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 1.3 Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Harga (X ₁)	Harga merupakan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Kesesuaian harga dengan manfaat 3. Daya saing harga 	Ordinal

³⁸Ibid

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Produk (X ₂)	Penilaian konsumen mengenai atribut dalam produk yang akan memenuhi kebutuhan dan memberi manfaat pada mereka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk mudah terjual 2. Memiliki kualitas produk 3. Produk maish dalam kemasan 4. Isi produk sesuai dengan beratnya 	Ordinal
3	Promosi (X ₃)	Promosi adalah suatu kegiatan dalam bidang marketing yang bertujuan meningkatkan omset penjualan, dengan jalan mempengaruhi konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan periklanan 2. Mengikuti kegiatan untuk mempromosikan produk 3. Melakukan promosi penjualan dengan menyebarkan brosur-brosur 	Ordinal
4	Target Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencapai volume penjualan 2. Mendapatkan laba 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan (Kotler dan Swastha , 2008:404) 	Ordinal

Sumber: Data Diolah (2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Gambaran Umum Grosir Sembako Sinta

Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir adalah perusahaan perdagangan yang bergerak dalam bidang Ritel yakni dalam bidang penyaluran barang kebutuhan sehari-hari khususnya makanan (sembako) bermacam jenis minuman, dan lain-lain. Masyarakat sangat menyukai Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir dikarenakan harganya yang cukup murah, pelayanan yang baik dan barang dagangannya lengkap, sesuai dengan keperluan dan kebutuhan sehari-hari.

Dengan harganya yang relatif terjangkau dan lengkap tersebut Grosir Sinta Kecamatan Tapung Hilir merupakan alternatif yang tepat untuk berbelanja selaintoko grosir yang lain, hal inilah yang menyebabkan sirkulasi perputaran barang yang cepat sehingga memacu toko ini berkembang. Usaha yang berdiri pada tanggal 5 Mei 2016 dengan pendirinya yaitu Ramidi yang berlokasi di Jl. Poros Desa Tanah Tinggi Kecamatan Tapung Hilir. Dengan jumlah karyawan 10 orang. Dimana pemilik atau owner grosir sinta bapak Ramidi, beliau lahir di daerah Pasar miring, Pagar Merbau, Sumatra Utara pada tanggal 22 Mei 1979. Awal terbentuknya yaitu beliau hijrah dari Sumatra Utara ke Kampar Riau, tepatnya di desa Tanah Tinggi, kec. Tapung Hilir, kab. Kampar. Beliau mendirikan grosir dengan fokus penjualan dalam kategori empat produk diantaranya sandang, pangan, BBM dan lainnya. Luas keseluruhan gedung yaitu

15 X 30 M. Grosir Sinta merupakan status badan usaha perorangan yang bergerak di bidang distribusi untuk keperluan rumah tangga berupa kebutuhan sehari-hari, baik itu makanan, minuman dan lain sebagainya.

Salah satu strategi pemasaran yang belakangan digunakan oleh banyak perusahaan adalah promosi melalui web. Grosir Sinta Kecamatan Tapung Hilir di masa akan menjadi lebih baik jika memiliki website yang dapat dijadikan sarana promosi.

B. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Menjadi toko yang menyediakan kebutuhan rumah tangga yang berkualitas dan sesuai dengan harga masyarakat.

2. Misi Perusahaan

- a. Menyediakan sembako yang harganya terjangkau
- b. Selalu berjualan dengan jujur kepada pembeli
- c. Meningkatkan kinerja profesionalisme sesuai syari'ah
- d. Menjadi teladan bagi usaha-usaha yang lain

3. Tujuan Perusahaan

Tujuan yang mendasari kami untuk memilih Sakinah dalam project ini adalah :

- a. Membantu Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir untuk mempromosikan produk-produknya, agar dapat meningkatkan arus pelanggan, agar pelanggan yang bermukim diluar daerah Kecamatan Tapung Hilir juga dapat menggunakan jasa Grosir Sinta.

5. Meningkatkan komunikasi antara Grosir Sembako Sinta dan pelanggan

Aktivitas Grosir Sembako Sinta

Grosir Sembako Sinta merupakan usaha grosiran sembako keperluan rumah tangga masyarakat dengan sistem pembelian ecer dan grosir untuk para pedagang kecil yang akan membuka usaha. Usaha grosiran sembako memiliki kelebihan karena memiliki cakupan pasar yang luas, tidak mengenal musim, tidak perlu proses yang rumit karena tidak ada produk yang harus diolah. Dan usaha kecil dapat membeli barang-barang di grosiran untuk dijual kembali.

Grosir Sembako Sinta dalam menjalankan usahanya menjual beberapa produk sembako seperti: beras, gula pasir, minyak goreng, telur ayam, tepung terigu, susu kaleng, the, sabun cuci, sabun mandi, sampo, jajanan anak-anak, roti, berbagai kopi, minuman kaleng, air akua, dan lain sebagainya.

Hak Cipta diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III TINJAUAN TEORETIS

Usaha Sembako

1. Pengertian Usaha Sembako dan Sumber Hukumnya

Sembako adalah singkatan dari Sembilan Bahan Pokok. Istilah sembako sangat akrab di telinga masyarakat Indonesia. Tentu saja karna hal tersebut sangat dekat dengan kebutuhan masyarakat. Secara luas sembako adalah hal yang dibutuhkan manusia dalam kegiatan pemenuhan kebutuhannya atas pangan.³⁹ Secara khusus istilah sembako ini memang hanya akrab di lingkungan masyarakat Indonesia. Karena istilah ini memang diciptakan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementrian Industri dan perdagangan pada tahun 1998 lalu.

Kesembilan bahan pangan yang termasuk dalam kategori pokok tersebut sudah dipatenkan oleh pemerintah dalam sebuah keputusan. Keputusan tersebut dikeluarkan oleh Kementrian Industri dan Perdagangan dengan Nomor Peraturan 19/MP/1998 pada 27 Februari 1998.

Sedangkan kata “sembako” merupakan singkatan dari tiga kata yakni “sembilan”, “bahan”, dan “pokok”. Kata “sembilan” memiliki arti bilangan bagi sembilan bilangan asli 9 (angka Arab) atau IX (angka Romawi); urutan yang menunjukkan tingkat sesudah yang kedelapan dan sebelum yang kesepuluh. Kata “bahan” memiliki arti barang yang akan dibuat menjadi barang lain; bakal; segala

³⁹Anne Ahira, Sembako, <http://www.anneahira.com/sembako.html>, diakses pada 6 Juli 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesuatu yang dapat dipakai untuk tujuan tertentu. Dan kata “pokok” berarti yang utama; yang paling penting.⁴⁰

Negara telah memiliki beberapa instrumen hukum untuk ‘mengejar’ pelaku usaha yang melakukan penyimpanan dan penimbunan tersebut. Instrumen hukum tersebut ialah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan).⁴¹ Di dalam ketentuan Pasal 53 UU Pangan diatur bahwa Pelaku Usaha Pangan dilarang menimbun atau menyimpan Pangan Pokok melebihi jumlah maksimal yang ditetapkan oleh Pemerintah. Demikian juga dalam ketentuan Pasal 29 ayat (1) UU Perdagangan diatur bahwa Pelaku Usaha dilarang menyimpan barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting dalam jumlah dan waktu tertentu pada saat terjadi kelangkaan barang, gejolak harga, dan/atau hambatan lalu lintas perdagangan barang. Larangan tersebut dimaksudkan untuk menghindari adanya penimbunan barang yang akan menyulitkan konsumen dalam memperoleh barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting.

Berdasarkan Pasal 1 huruf a Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (“UU 3/1982”), yang dimaksud dengan Daftar Perusahaan adalah daftar catatan resmi yang diadakan menurut atau berdasarkan ketentuan UU 3/1982 dan atau peraturan-peraturan pelaksanaannya, dan memuat hal-hal yang wajib didaftarkan oleh setiap perusahaan serta disahkan oleh pejabat yang berwenang dari kantor pendaftaran perusahaan.⁴²

⁴⁰ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1990, h. 179

⁴¹ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan)

⁴² Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (“UU 3/1982”)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2 Urgensi Sembako Komoditas Lainnya

Sembako yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia. Di bawah ini adalah daftar bahan-bahan pokok sembako sesuai dengan keputusan Menteri Industri dan Perdagangan No. 15/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1988 yaitu sebagai berikut:

- a. Beras dan Sagu
- b. Jagung
- c. Sayur-sayuran dan buah-buahan
- d. Daging
- e. Susu
- f. Gula pas
- g. Garam yang mengandung Yodium
- h. Minyak goreng dan margarin
- i. Minyak tanah atau gas elpiji.

Dari sisi ekonomi permintaan barang-barang sembako bersifat inelastis yaitu perubahan harga sembako tidak akan banyak mempengaruhi tingkat permintaan produk oleh konsumen selama tidak terlalu signifikan. Jika harga produk sembilan bahan pokok tersebut naik secara signifikan, maka sebagian konsumen akan beralih ke produk serupa pengganti (substitusi).

3 Distribusi Sembako

Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Beberapa pengertian mengenai saluran distribusi yang berkaitan dengan saluran distribusi oleh pakar di bidangnya sebagai berikut :

Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir.⁴³ Saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen atau pemakai bisnis.⁴⁴ Distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling bergantung dalam menyediakan satu produk untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen/pengguna.⁴⁵

Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa saluran distribusi merupakan aliran barang-barang dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu saluran distribusi dibutuhkan karena adanya perbedaan yang menimbulkan celah-celah atau kesenjangan di antara produksi dan konsumsi.

Saluran distribusi dibedakan menjadi saluran distribusi untuk barang konsumsi, untuk barang industri dan untuk jasa. Ketiga jenis barang tersebut diatas, tentunya memerlukan saluran distribusi yang berbeda karena memang pasar yang dituju juga berbeda. Atas dasar jenis dan segmen produk yang didasarkan, jenis saluran distribusi dapat dibedakan atas⁴⁶:

⁴³ Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi, 2014, h.

⁴⁴ Etzel, Michael J Walker, Stanton. *Marketing*. Jakarta: PT. Fajar, 2013, h. 172

⁴⁵ Daryanto, *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa, 2011, h. 63

⁴⁶ Stanton, *Dasar-dasar Pemasaran Manajemen*. Yogyakarta: Andi, 2012, h. 175

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Saluran Distribusi Barang Konsumsi

Penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi ada lima jenis saluran yang dapat digunakan.

1) Produsen -Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan yang paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkan melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

2) Produsen -Pengecer -Konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (Produsen - Konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Disini, pengecer besar langsung melakukan pembelian kepada produsen. Adapula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif akhir ini tidak umum dipakai.

3) Produsen -Pedagang Besar -Pengecer -Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Disini, produsen

hanya melayani penjualan dalam jumlah besar, kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

4) Produsen -Agen -Pengecer -Konsumen

Disini, produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar, dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

5) Produsen -Agen -Pedagang Besar -Pengecer -Konsumen

Dalam saluran distribusi, sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.

b. Saluran Distribusi Barang Industri

Saluran distribusi barang industri juga mempunyai kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi setiap produsen untuk menggunakan kantor/cabang penjualan. Kantor atau cabang ini digunakan untuk mencapai lembaga distribusi berikutnya.

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual.

Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, sebagai teori pasar. Kotler selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi ekonomi.⁴⁷ Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.⁴⁸

Sedangkan menurut Terence A. Shimp, pemasaran merupakan kumpulan dari kegiatan di mana perusahaan dan organisasi lainnya melakukan transfer atau pertukaran nilai-nilai antara mereka dengan pelanggannya.⁴⁹

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasi fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar. William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang

⁴⁷ Philip Kotler, Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 157

⁴⁸ Tambajong, *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Perjualan Sepeda Motor Yamaha di PT, Sarana Niaga Megah Kerta Manado*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1291-1301

⁴⁹ Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari), Jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), 4.

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁵⁰

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan dalam menciptakan, menawarkan serta menyerahkan nilai-nilai kepada konsumen dengan cara yang menguntungkan kedua belah pihak, yaitu produsen dan konsumen.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran termasuk salah satu acuan dalam menyusun strategi pemasaran yang kedudukannya cukup penting. Hal ini dikarenakan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan sangat ditentukan oleh sejauh mana bauran pemasaran dilaksanakan.⁵¹

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kumpulan alat pemasaran terdistribusi terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran”.⁵¹

Pemasaran dalam suatu perusahaan menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan konsumen dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit atau keuntungan. Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dikendalikan

⁵⁰ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2005, h. 5

⁵¹ Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu lebih dikenal dengan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran).⁵² Bauran pemasaran / *Marketing Mix* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersama diantara elemen-elemen yang ada dalam marketing. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen lainnya.

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah sebuah tingkatan yang menggabungkan elemen penting pemasaran benda atau jasa, seperti keunggulan produk, penetapan harga, pengemasan produk, periklanan, persediaan barang distribusi dan anggaran pemssaran, dalam usaha memasarkan sebuah produk atau jasa merupakan gambaran jelas mengenai bauran pemasaran.⁵³

Bauran pemasaran bagi sebuah merek terdiri dari empat unsur keputusan yang saling terkait mengenai: *product, price, place (distribution), dan promotion*. Keempat unsur pokok kegiatan pemasaran diatas saling berkaitan satu sama lain. Jadi keempat unsur tersebut harus dirancang sebagus mungkin untuk menciptakan pemasaran yang baik serta memberikan kepuasan terhadap konsumen. Keempat unsur tersebut juga sebagai tolak ukur berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Untuk mencapai tujuannya dan memenuhi keinginan konsumen, perusahaan harus melakukan bauran pemasaran secara efektif dan efisien sehingga dapat mempercepat terjadinya penjualan. Keempat unsur bauran pemasaran di atas dapat digunakan untuk mempengaruhi konsumen dalam menetapkan pembelian terhadap suatu produk dan jasa.

⁵² M Nur, Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 14

⁵³ Thorik Gunara & Utus Hardiono, *Marketing Muhammad SAW*, Bandung: PT. Karya kita, 2007, h, 46.

Berikut ini merupakan uraian dari keempat unsur bauran pemasaran:

a. Produk (*Product*)

Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti “sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya”. Bentuk kerja dari kata *product*, yaitu *produce*, yang berarti untuk memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Dalam penggunaan yang lebih luas produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.⁵⁴

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Jadi pada dasarnya produk merupakan sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik itu kebutuhan primer maupun sekunder.

Pengertian produk secara mudah dapat dipahami tetapi agak sulit dirumuskan secara pasti. Di dalam kata produk terkandung pengertian yang mencakup segi fisik dan hal-hal lain yang lebih ditentukan oleh konsumen seperti masalah jasa yang menyertainya, masalah psikologis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁵⁴ Deliyanti, Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2012, h. 111

seperti kepuasan pemakaian, simbol status, segi artistic dan lain sebagainya.⁵⁵

Produk adalah barang yang customer beli. Barang tersebut dapat merupakan barang tangible ataupun barang intangible seperti jasa, asuransi dan lain-lain. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk adalah jenis produk, kualitas, desain, feature, merek, ukuran, jasa dan lain-lain.⁵⁶

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan).⁵⁷

Dari berbagai pendapat para ahli di atas, intinya menerangkan bahwa produk merupakan bentuk nyata dari hasil produksi yang dapat dirasakan atau dinikmati dan memiliki nilai ekonomis dimata konsumen. Bagi para konsumen apapun produk yang dijual di pasaran , masing-masing bernilai satu sama lain.

Produk berarti kepuasan akan kebutuhan yang ditawarkan suatu perusahaan. Klasifikasi produk :⁵⁸

- 1) Produk Konsumen (*consumer product*)
Adalah apa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Produk konsumen mencakup produk sehari-hari, produk shopping, produk khusus dan produk yang tidak dicari.
- 2) Produk industry
Adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Terdapat tiga kelompok

⁵⁵ Mursid, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, h. 71

⁵⁶ Yunarto, Holy Icu, 2006, *Business Concept Implementation Series in Sales and Distribution Management*, Jakarta: Gramedia, h. 225

⁵⁷ Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, h. 153

⁵⁸ *Ibid*, h. 155

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk industry yaitu bahan, dan suku cadang, barang modal serta perlengkapan dan jasa.

- 3) Mutu produk
Adalah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi. Mutu mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi.
- 4) Sifat-sifat produk

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang sangat penting dalam memberikan penilaian terhadap produk yang akan dilaksanakan. Harga adalah salah satu senjata untuk menembus quota penjualan, namun tentu saja harus diramu dengan strategi pemasaran yang lain guna memenangkan pasar dan persaingan.⁵⁹

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru.⁶⁰

Dari definisi diatas kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

⁵⁹ Yunarto, *Op. Cit*, h. 223

⁶⁰ Abdullah dan Tantri, *Op. Cit*. h. 171

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode penetapan harga yang umumnya dilaksanakan adalah:⁶¹

- 1) *Cost Oriented pricing* (penetapan harga berdasarkan biaya)
Kebanyakan perusahaan menggunakan metode menghitung lebih dahulu biaya-biaya, termasuk alokasi eksploitasi.
 - *Mark-up pricing atau cost plus pricing*
Harga ditetapkan dengan menambahkan suatu persentase-persentase tertentu atas biaya per unit. Cara ini paling populer karena:
 - a. Sederhana
 - b. Berkesan jujur terhadap saingan
 - c. Berkesan jujur terhadap konsumen
 - *Target Pricing*
Penetapan harga berdasarkan target laba
- 2) *Demand- Oriented Pricing* (Penetapan harga berdasarkan permintaan)
Pada *cost oriented pricing* dasar yang digunakan adalah menambahkan persentase biaya. Sedangkan pada *Demand Oriented pricing* mendasarkan tingkah laku demand misalnya harga yang tinggi biasanya bilamana demand rendah.
Untuk menanggapi aneka macam konsumen yang menginginkan suatu produk, maka cara yang ditempuh ialah dengan mengadakan diskriminasi harga. Macam-macam diskriminasi harga yang dapat dilakukan misalnya adalah diskriminasi terhadap:
 - Territorial
 - Kelompok *Customer* (pelanggan)
 - Waktu
 - Kualitas atau bentuk produk
- 3) *Competition Oriented Pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan)
Competition Oriented Pricing adalah bilamana penetapan harga didasarkan kepada harga yang ditetapkan oleh saingan. Harga dapat ditetapkan lebih rendah atau tinggi dari saingan. Pada hakikatnya penempatan harga tidak sangat erat hubungannya dengan biaya atau demand. Biaya atau demand dapat berubah, namun harga dapat saja dipertahankan karena alasan saingan yang tetap mempertahankan harga. Keadaan yang sebaliknyaapun mungkin terjadi.
- 4) Penetapan harga oleh pemerintah
Penetapan harga oleh pemerintah biasanya untuk barang atau jasa yang diperlukan oleh/untuk memenuhi kebutuhan hajat orang banyak. Dapat berupa harga tertinggi dan harga terendah.

⁶¹ Mursid, *Op. Cit.* h. 83-84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semua penetapan harga mempunyai pertukaran yang harus dipertimbangan oleh menejer. Suatu tujuan memaksimalkan laba mungkin membutuhkan investasi awal yang lebih besar dari pada yang dapat atau ingin disediakan perusahaan. Meraih pangsa pasar yang diinginkan sering berarti megorbankan laba jangka pendek, karena apabila tidak berhati-hati tujuan laba jangka panjang mungkin tidak akan diraih. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga:

1. Keadaan perekonomian
2. Penawaran dan permintaan
3. Elastisitas permintaan
4. Persaingan
5. Biaya
6. Tujuan perusahaan
7. Pengawasan pemerintah

Dalam menghadapi penurunan harga dari compotitor langkah-langkah yang harus diambil tergantung dari banyaknya hal,diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah penurunan harga dari compotitor itu berakibat besar terhadap produk
- 2) Apakah penurunan itu sifatnya tetap
- 3) Apakah penrunan harga atas produk akan merusak kesan produk tersebut.
- 4) Berapa banyak compotitor telah menurunkan harga.⁶²

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah komunikasi yang persuasive, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasive

⁶² *Ibid*, h. 84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkahlaku sipenerima (target).⁶³

Promosi merupakan usaha untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Promosi penjualan adalah segala kegiatan pemasaran selain personal selling, advertensi dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran. Pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu.⁶⁴

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Dari definisi diatas tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam pemasaran untuk menginformasikan produk kepada konsumen.

Secara garis besar ada beberapa cara/kegiatan promosi yang bias dilakukan,yaitu :⁶⁵

⁶³ *Ibid*, h. 95

⁶⁴ Assauri,Sofjan, 2005, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, h. 243

⁶⁵ Hasan, Ali, 2013, *Marketing*, Penerbit Wedpress, Yogyakarta, h. 616

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Periklanan
Merupakan upaya perusahaan menyajikan atau menyampaikan pesan promosi non personal untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk (ide, barang atau jasa) yang dibayar oleh sponsor yang telah diidentifikasi
- 2) Personal Selling
Merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan dalam presentase terjadi interaksi langsung antara seller dan calon pembeli. Ada beberapa fungsi personal selling
 - Prospecting, yakni mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan calon pelanggan .
 - Targeting, yakni mengalokasikan kelangkaan waktu penjual dan pembeli
 - Communicating, Yakni memberikan informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan.
 - Selling, yakni mendekati, mempresentasikan, mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan
 - Servicing, yakni memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan
 - Information gathering, yakni melakukan riset dan intelijen pasar.
 - Allocating, Yakni menentukan pelanggan yang akan dituju.
- 3) Promosi Penjualan
Merupakan kategori yang luas yang mencakup kegiatan periklanan nonmedia. Ada beberapa macam metode sales promotion yang ditujukan kepada konsumen :
 - a. Sampel gratis
 - b. Tampilan
 - c. Kupon penukaran
 - d. Kupon diskon
 - e. Undian
 - f. Tawaran
- 4) Publisitas dan Humas
Adalah bentuk berita signifikan yang tidak dibayar atau komentar-komentar editorial mengenai sebuah perusahaan, praktik-praktiknya, personalianya atau produknya, merupakan komponen utama dari aktivitas hubungan masyarakat sebuah perusahaan. Tugas hubungan masyarakat dewasa ini meliputi : riset, respon terhadap public, aspek-aspek organisasional, dan megapemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

 d. Distribusi (*Place*)

Saluran distribusi kadang-kadang juga disebut saluran perdagangan yang dapat didefinisikan secara sederhana yaitu :

Distribusi mencakup pergudangan, saluran dan cakupan distribusi, lokasi ritel, wilayah penjualan, tingkat dan lokasi persediaan, alat transportasi, perdagangan besar dan perdagangan ritel.⁶⁶

Dalam sistem distribusi produsen sering menggunakan perantara sebagai penyalurnya. Perantara ini merupakan suatu kegiatan usaha yang berdiri sendiri, berada diantara produsen dan konsumen akhir atau pemakai industri.

Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, tempat, dan saat dibutuhkan).⁶⁷

Saluran distribusi diperlukan oleh setiap perusahaan, karena produsen menghasilkan produk dengan memberikan kegunaan bagi konsumen setelah sampai ketangannya, sedangkan lembaga penyalur membentuk atau memberikan kegunaan waktu, tempat dan pemilikan produk itu. Dengan demikian, setiap produsen dalam menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen hendaklah dapat menyesuaikan dengan saat kapan produk itu diperlukan serta oleh siapa saja produk itu dibutuhkan.

⁶⁶ David, Fred R, 2004, *Manajemen Strategis Konsep-konsep*, Edisi kesembilan, Jakarta: Indeks, h. 196

⁶⁷ Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, h. 185

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lembaga penyaluran sebenarnya mulai berfungsi sejak mulai barang atau jasa yang dihasilkan selesai diproduksi sampai dengan saat produk itu dikonsumsi. Disamping itu, lembaga ini menjaga agar produk itu tetap tersedia pada saat dan tempat tertentu, konsumen memerlukannya. Dilain pihak si produsen juga melakukan fungsi yang tidak kalah pentingnya, yaitu menghasilkan produk itu untuk menambahkan kegunaannya karena bentuk.

Bentuk pola saluran distribusi dapat dibedakan atas :

1. Saluran distribusi langsung

Saluran distribusi yang tidak mempunyai tingkat perantara atau langsung dari produsen ke konsumen.

2. Saluran distribusi tidak langsung

Saluran distribusi yang mempunyai satu atau lebih tingkat perantara.⁶⁸

Distribusi langsung biasanya memerlukan investasi yang signifikan dalam hal fasilitas, karyawan, dan teknologi informasi. Sebuah perusahaan yang memiliki sumber daya finansial terbatas atau yang ingin memperhatikan fleksibilitas mungkin ingin menghindari investasi tersebut dengan cara bekerjasama dengan perantara yang telah mapan.

Sedangkan alasan penting dalam menggunakan saluran distribusi tidak langsung adalah bahwa perantara sering kali membantu produsen melayani kebutuhan pelanggan secara lebih baik dan dengan biaya yang lebih rendah. Pilihan dan kualitas produk yang diinginkan pelanggan

⁶⁸ Assauri, *Loc. Cit*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mungkin berbeda dari pilihan dan kualitas produk yang diinginkan perusahaan. Produsen sering kali berada dilokasi yang jauh dari pelanggan mereka dan mungkin tidka mengetahui cara terbaik untuk menjangkau mereka. Sedangkan perantara yang dekat dengan konsumen sering kali mampu mengantisipasi kebutuhan mereka dan meramalkan permintaan secara lebih akurat.

3 Konsep Pemasaran Syariah

Dalam perspektif Islam pemasaran merupakan suatu yang sangat penting, Al-Qur'an menggunakan konsep pemasaran dalam arti yang sangat luas. Tekanan Al-Qur'an diarahkan pada manfaat barang yang diproduksi. Memproduksi barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan mhidup manusia.

Sejak zaman Rasulullah Islam telah mengajarkan tentang cara pemasaran yang sesuai dengan ajaran Islam, termasuk dalam ruang lingkup bisnis.⁶⁹ Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari suatu inisiator kepada stakeholder-nya, yang dalam keseluruhannya prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.⁷⁰

Disamping itu, Islam Mengajarkan untuk menjaga kualitas dan keberadaan produk. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (Gharar) bagi pembeli. Pasalnya, disini berpotensi terjadi penipuan dan ketidakadilan terhadap

⁶⁹ Abdurahman Zen, *Starategi Genius Marketing Ala Rosullah*, Yogyakarta: DIVA Press, 2011, h. 16

⁷⁰ Aziz Hakim Muhammad, *Sistem Operasional Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan, 2007, h. 15

salah satu pihak. Oleh karena itu Rasulullah SAW mengharamkan jual beli barang yang tidak jelas produknya.

Tingkat penjualan merupakan grafik yang menunjukkan keberhasilan dari proses produksi, promosi dan distribusi. Dalam jual beli konsep pemasaran pun mempunyai peran yang sangat penting sehingga harus mengedepankan kejujuran. Dalam Islam transaksi bisnis apa saja diperbolehkan oleh Islam, selama hal tersebut tidak bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.

C. Target Penjualan

1. Pengertian Target Penjualan

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan yaitu ingin mencapai target penjualan dan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau meningkatkan untuk jangka waktu lama. Tercapai tidaknya target penjualan dilihat dari volume penjualan yang diperoleh. Target penjualan merupakan salah satu dari rencana pemasaran.

Target penjualan itu ditetapkan berdasarkan analisa dari berbagai macam kemungkinan strategi pemasaran yang menguntungkan. Menurut Swastha (1999:404), target penjualan adalah jumlah barang atau jasa yang harus terjual yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan. Dan pada umumnya target dapat dipakai untuk menyatakan volume suatu penjualan pada suatu periode tertentu. Untuk menentukan target penjualan itu, perusahaan harus selalu memperhatikan permintaan di daerah tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).⁷¹

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.⁷²

2. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :⁷³

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru

⁷¹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, h. 166

⁷² Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 23

⁷³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: Andi, 2008, h. 604

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

3. Penjualan dalam Ekonomi Islam

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut al-ba‘I yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhaily mengartikannya secara bahasa dengan “menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain”. Kata al-ba‘I dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata al-syira‘ (beli). Dengan demikian, kata al-ba‘I berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.⁷⁴

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Pengelola pantai batulapis tidak memaksa para wisatawan untuk memakai jasanya, transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan. Orang yang terjun dalam bidang usaha jual beli harus mengetahui hukum jual beli agar dalam jual beli tersebut tidak ada yang dirugikan, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Jual beli hukumnya mubah. Artinya, hal tersebut diperbolehkan sepanjang suka sama suka. Allah berfirman:

⁷⁴ Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010, h. 67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 تَكُونَتْ خِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
 رَحِيمًا ﴿٢٩﴾ (QS An Nisa : 29)⁶

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa apabila seseorang melakukan jual beli dan tawar menawar dan tidak ada kesesuaian harga antara penjual dan pembeli, si pembeli boleh memilih akan meneruskan jual beli tersebut atau tidak. Apabila akad (kesepakatan) jual beli telah dilaksanakan dan terjadi pembayaran, kemudian salah satu dari mereka atau keduanya telah meninggalkan tempat akad, keduanya tidak boleh membatalkan jual beli yang telah disepakatinya.

Rukun jual beli menurut Hanafiah adalah ijab dan qabul yang menunjukkan sikap saling tukar menukar, atau saling memberi. Atau dengan reaksi yang lain, ijab qabul adalah perbuatan yang menunjukkan kesediaan dua pihak untuk menyerahkan milik masing-masing kepada pihak lain dengan menggunakan perkataan atau perbuatan.⁷⁵ Menurut jumhur ulama, rukun jual beli ada empat, yaitu penjual, pembeli, *shighat* dan *ma'qud* („alaih (objek akad)

Ada empat syarat yang harus dipenuhi dalam akad jual beli, yaitu:

- a. Syarat *in'iqad* (terjadinya akad)
- b. Syarat sahnya akad jual beli
- c. Syarat kelangsungan jual beli (syarat *nafadz*)

⁷⁵ Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: AMZAH, 2015, h. 179

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Syarat mengikat(syarat *luzum*).⁷⁶

Maksud diadakannya syarat-syarat ini adalah untuk mencegah terjadinya perselisihan diantara manusia, menjaga kemaslahatan pihak-pihak yang melakukan akad, dan menghilangkan sifat *gharar* (penipuan). Apabila syarat *in 'iqad* (terjadinya akad) rusak (tidak terpenuhi) maka akad menjadi batal. Apabila syarat sah yang tidak terpenuhi, maka menjadi batal. Apabila syarat sah yang tidak terpenuhi, maka menurut *Hanafiah* akad menjadi *fasid*. Apabila syarat *nafadz* (kelangsungan akad) tidak terpenuhi maka akad menjadi *mauquf* (ditangguhkan), dan apabila syarat *luzum* (mengikat) yang tidak terpenuhi, maka akad menjadi *mukhayyar* (diberi kesempatan memilih) antara diteruskan atau dibatalkan.⁷⁷

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual atau kerangka pemikiran adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian ditujukan, dimana hal ini merupakan jalinan hubungan antara variabel yang secara logis diterangkan dan dikembangkan dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara, observasi, dan survei literatur.⁷⁸

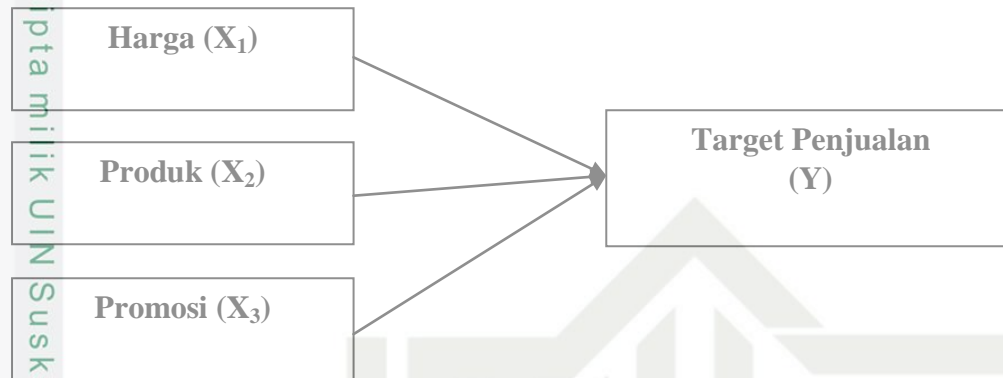
Untuk mempermudah penelitian ini maka penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

⁷⁶ *Ibid*

⁷⁷ *Ibid*

⁷⁸ Kuncoro, Mudrajad.2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta. h. 52

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Tjiptono (2011:180)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati maupun kondisi-kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk untuk langkah selanjutnya.⁷⁹

Berdasarkan uraian teori dan landasan di atas, maka hipotesis dapat dirumuskan yaitu: Diduga harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir.

⁷⁹Sunyoto, Danang. 2014, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Metodologi, Alat, dan Analisis Data)*, Jakarta: PT. Buku Seru, h. 67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial variabel harga produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap target penjualan. Sedangkan secara simultan ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir. Pengaruh ketiga variabel tersebut adalah sedang karena nilai *R Square* sebesar 59.6% berada pada rentang 0.40-0.599.
2. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh harga, produk dan promosi terhadap target penjualan di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir telah sesuai dengan nilai-nilai dasar serta instrumental ekonomi Syariah, yaitu tidak adanya unsur riba, adanya kerjasama yang baik serta memiliki harga yang sesuai dengan produknya dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

Saran

1. Untuk meningkatkan target penjualan produk maka pihak Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir agar senantiasa selalu memperhatikan harga, produk dan promosi setiap produk yang diinginkan konsumen.
2. Untuk meningkatkan target penjualan produk maka pihak Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir agar senantiasa memperhatikan permasalahan keterjangkauan harga di kalangan masyarakat secara umum.



DAFTAR PUSTAKA

- Azi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Depdikbud, 2013
- Agus, *Konsep Target Penjualan dan Cara Menentukannya*, 2016, Ciputrauceo.com, Diakses 25 September 2019
- Am, *Ekonomi*, Jakarta: Esis, 2007
- Adurahman Zen, *Starategi Genius Marketing Ala Rosullah*, Yogyakarta: DIVA Press, 2011
- Aziz Hakim Muhammad, *Sistem Operasional Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali, 2004
- Dharmmesta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2000
- Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: UP, 2006
- Gazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010
- Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia, 2002
- Herlina, *Produk Obat Anti Nyamuk Bakar Merek Garuda Pada PT. Indomarco Cabang Bangkinang*, 2015. Skripsi
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2000
- M Nafirin. *Penganggaran Perusahaan.*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Novita Lusiana, dkk, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kebidanan*, Yogyakarta: Deepublish, 2015

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Patricia Ann dan Arthur, *Riset Keperawatan*, Jakarta: EGC, 2002
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2006
- Roman, *Citicoline in Vascular Cognitiv*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- SeijanAsauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Syifa Fadiyah, *Langkah-langkah Menyusun Target Penjualan yang Baik*, 2015, Hashmicro.com, diakses 25 September 2019
- Swastha, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008, h. 404
- Shyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2014
- Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 25*. Jakarta: Elex Media 2004
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono, *Administrasi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Sardjana, *Metode Statistika*, Bandung: Tarsito, 2000
- Shahih Muslim No. 2783, Lihat Software CD *Lidwa Hadis 9 Imam Versi Berbahasa Indonesia*, Global Islamic Software, 1997
- Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013
- Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1.

Pekanbaru, Februari 2020

Hari ini : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.
Konsumen Grosir Sinta
Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Sarjana Satu (S1) Universitas Islam Riau, saya :

Nama : Hengki Kurniawan
NIM : 11525103882
Jur/ Fak : Ekonomi Syariah / Ekonomi Syariah dan Hukum

bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Target Penjualan Di Grosir Sinta Kecamatan Tapung Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas maka saya memohon kesediaan Bapak untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner ini secara lengkap. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak digunakan sebagai penilaian pemasaran rokok, sehingga kerahasiaannya akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Saya menyadari kesibukan dan keterbatasan waktu yang Bapak miliki. Namun penelitian ini tidak dapat saya lakukan tanpa bantuan bapak. Oleh karena itu saya memohon ketersediaan Bapak meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Demikian permohonan ini saya ajukan, atas bantuan Bapak/ Ibu saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya, Peneliti

Hengki Kurniawan
NIM. 11525103882

KUESIONER

I. Identitas responden

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
- d. Pendidikan Terakhir : () SMP () D3
() SMA () S-1
() S-2

II. Petunjuk pengisian

1. Sebelum menjawab pernyataan-pernyataan kuesioner dimohonkan kepada responden untuk terlebih dahulu mengisi identitas sesuai dengan formulir isian yang disediakan.
2. Bacalah pertanyaan/pernyataan secara teliti dan berikan tanda (√) pada salah satu alternative jawaban yang benar menurut Bapak
3. Dimohonkan untuk tidak mencoba menganalisis pertanyaan secara intensif, dan jawablah sesuai dengan pengalaman/pendapat anda sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun (jujur), karena tidak ada jawaban yang salah atau benar.
4. Dimohonkan untuk tidak mendiskusikan pertanyaan/jawaban kepada orang lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN TENTANG HARGA

No	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	KS	TS
		5	4	3	2	1
	Harga yang ditawarkan oleh Grosir Sinta sesuai dengan kualitas produk tersebut					
	Harga yang ditawarkan oleh PT Grosir Sinta bersaing dengan harga produk lain					
	Harga yang ditawarkan oleh Grosir Sinta dapat dijangkau oleh kondisi ekonomi konsumen					

PERNYATAAN TENTANG PRODUK

No	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	KS	TS
		5	4	3	2	1
1	Produk yang ditawarkan Grosir Sinta mudah terjual karena merk yang sudah terkenal					
	Kualitas produk yang ditawarkan oleh Grosir Sinta dapat memuaskan keinginan konsumen					
	Produk yang ditawarkan oleh Grosir Sinta masih dalam kemasan yang rapi					
	Isi produk yang ditawarkan oleh Grosir Sinta sesuai dengan beratnya					

PERNYATAAN TENTANG PROMOSI

No	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	KS	TS
		5	4	3	2	1
1	Grosir Sinta mengadakan periklanan tentang produk yang dijual melalui radio					
2	Grosir Sinta mengikuti kegiatan untuk mempromosikan produk					
3	Grosir Sinta melakukan promosi penjualan dengan menyebarkan brosur-brosur kepada konsumen dan memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dipahami					

PERNYATAAN TENTANG TARGET PENJUALAN

No	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	KS	TS
		5	4	3	2	1
1	Grosir Sinta disetiap bulannya menargetkan penjualan					
2	Grosir Sinta menargetkan pendapatan di tiap bulannya					
3	Agar tercapai target penjualan, maka Grosir Sinta melakukan pembaharuan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2.

TABULASI DATA PENELITIAN

Sampel	Harga (X)			Jlh
	1	2	3	
1	5	4	5	14
2	3	4	4	11
3	3	4	4	11
4	4	4	4	12
5	4	4	5	13
6	4	5	4	13
7	4	4	4	12
8	4	5	3	12
9	4	5	4	13
10	4	4	5	13
11	4	4	5	13
12	4	5	4	13
13	5	4	5	14
14	5	5	4	14
15	2	4	5	11
16	5	5	4	14
17	4	5	4	13
18	5	4	5	14
19	3	4	5	12
20	5	5	5	15
21	4	4	4	12
22	4	4	4	12
23	3	4	4	11
24	4	5	4	13
25	4	3	4	11
26	4	5	5	14
27	3	5	5	13
28	5	4	4	13
29	4	5	4	13
30	5	5	5	15
31	4	5	4	13
32	5	5	4	14
33	3	3	4	10
34	5	3	4	12
35	2	3	3	8
36	4	5	5	14
37	4	3	4	11
38	4	5	5	14
39	4	5	5	14
40	4	5	4	13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

41	5	5	3	13
42	5	4	4	13
43	5	5	5	15
44	4	5	4	13
45	4	4	4	12
46	4	4	3	11
47	5	5	5	15
48	5	5	5	15
49	4	5	5	14
50	5	5	4	14
51	5	5	5	15
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	4	5	4	13
55	5	5	5	15
56	5	5	4	14
57	4	5	5	14
58	4	4	5	13
59	5	5	5	15
60	5	5	4	14
61	5	4	4	13
62	4	5	4	13
63	5	4	3	12
64	4	5	4	13
65	4	5	4	13
66	5	5	5	15
67	4	4	4	12
68	3	4	4	11
69	5	4	5	14
70	5	4	4	13
71	4	3	3	10
72	5	4	5	14
73	5	4	5	14
74	5	5	4	14
75	5	5	5	15
76	4	5	5	14
77	4	5	5	14
78	5	4	5	14
79	5	4	4	13
Jml	339	353	344	
Rata-rata	4.3	4.5	4.4	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sampel	Produk (X ₂)				Jlh
	1	2	3	4	
1	5	5	3	5	18
2	5	4	5	5	19
3	5	4	4	5	18
4	5	4	5	5	19
5	2	3	5	4	14
6	3	5	5	5	18
7	4	5	5	4	18
8	5	5	4	5	19
9	4	4	5	5	18
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	4	19
12	5	5	5	5	20
13	4	5	5	5	19
14	4	4	3	3	14
15	5	4	5	5	19
16	3	5	4	3	15
17	4	5	5	5	19
18	5	4	3	5	17
19	5	4	5	5	19
20	5	5	5	5	20
21	5	4	5	4	18
22	5	4	4	5	18
23	5	5	4	5	19
24	5	4	5	4	18
25	4	5	5	5	19
26	2	3	3	3	11
27	5	5	5	5	20
28	5	4	4	4	17
29	5	4	4	3	16
30	4	4	4	5	17
31	4	5	4	4	17
32	5	4	4	5	18
33	5	5	5	5	20
34	4	5	5	5	19
35	5	4	5	5	19
36	5	5	4	4	18
37	5	3	5	5	18
38	5	4	4	4	17
39	4	3	4	3	14
40	3	5	3	4	15
41	5	5	4	3	17
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	5	17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

44	5	4	4	5	18
45	4	5	5	5	19
46	5	5	4	5	19
47	3	4	4	4	15
48	2	4	5	5	16
49	5	4	3	3	15
50	5	5	5	5	20
51	5	4	4	4	17
52	3	3	5	2	13
53	3	3	3	5	14
54	2	3	5	5	15
55	4	4	5	4	17
56	5	3	5	5	18
57	3	4	4	4	15
58	3	5	4	5	17
59	4	4	4	5	17
60	5	5	5	5	20
61	5	4	4	3	16
62	5	2	5	5	17
63	3	3	5	5	16
64	4	4	5	5	18
65	5	4	4	5	18
66	2	2	5	4	13
67	4	4	5	4	17
68	5	5	3	5	18
69	5	4	5	4	18
70	5	4	4	5	18
71	5	4	5	3	17
72	5	3	5	5	18
73	5	3	4	5	17
74	5	5	4	3	17
75	4	3	5	4	16
76	4	2	5	5	16
77	5	3	5	5	18
78	2	2	3	5	12
79	3	2	2	5	12
	339	321	347	354	
	4.3	4.1	4.4	4.5	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel	Promosi (X3)			Jlh
	1	2	3	
1	4	5	4	13
2	5	4	5	14
3	5	5	4	14
4	5	4	5	14
5	3	3	4	10
6	5	5	5	15
7	5	4	5	14
8	5	5	4	14
9	4	4	3	11
10	5	5	4	14
11	4	5	4	13
12	4	4	5	13
13	5	4	5	14
14	4	3	4	11
15	5	5	5	15
16	4	5	3	12
17	5	5	5	15
18	5	5	3	13
19	5	5	3	13
20	5	5	5	15
21	4	4	5	13
22	4	4	5	13
23	5	4	5	14
24	3	5	5	13
25	5	4	5	14
26	4	5	4	13
27	5	5	5	15
28	5	4	5	14
29	3	4	5	12
30	4	5	4	13
31	5	5	4	14
32	4	5	5	14
33	5	5	5	15
34	4	5	5	14
35	4	5	5	14
36	5	3	5	13
37	5	4	4	13
38	5	5	5	15
39	5	4	4	13
40	5	5	5	15
41	4	4	4	12
42	4	5	5	14
43	4	4	4	12



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

44	5	5	4	14
45	5	4	5	14
46	4	5	5	14
47	4	5	5	14
48	3	4	3	10
49	5	3	3	11
50	5	4	4	13
51	4	3	3	10
52	3	4	4	11
53	4	4	3	11
54	4	3	4	11
55	4	4	4	12
56	4	4	5	13
57	3	5	5	13
58	4	4	5	13
59	4	4	4	12
60	3	4	4	11
61	3	4	4	11
62	5	3	4	12
63	3	4	4	11
64	4	5	4	13
65	5	5	5	15
66	4	5	4	13
67	5	4	5	14
68	5	5	5	15
69	4	5	5	14
70	5	4	5	14
71	5	4	5	14
72	4	5	5	14
73	5	5	5	15
74	5	4	4	13
75	5	5	4	14
76	3	3	5	11
77	4	3	5	12
78	2	5	5	12
79	3	4	5	12
	340	344	351	
	4.3	4.4	4.4	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel	Target Penjualan (Y)			Jlh
	1	2	2	
1	4	5	5	14
2	3	5	5	13
3	5	4	5	14
4	5	5	3	13
5	2	3	4	9
6	5	4	5	14
7	4	5	5	14
8	4	4	5	13
9	4	5	3	12
10	5	4	5	14
11	5	5	5	15
12	5	4	5	14
13	4	5	5	14
14	4	4	3	11
15	5	5	5	15
16	3	4	4	11
17	5	4	4	13
18	5	2	5	12
19	4	5	5	14
20	5	4	4	13
21	5	4	5	14
22	4	5	4	13
23	5	4	5	14
24	4	4	5	13
25	5	4	5	14
26	3	3	3	9
27	5	3	5	13
28	4	4	5	13
29	4	5	5	14
30	4	5	3	12
31	5	3	5	13
32	3	4	5	12
33	4	5	5	14
34	4	5	5	14
35	5	4	5	14
36	5	4	3	12
37	5	4	5	14
38	3	4	3	10
39	2	5	3	10
40	2	5	5	12
41	4	3	5	12
42	5	5	5	15
43	4	3	3	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

44	4	4	4	12
45	5	4	4	13
46	5	4	5	14
47	3	4	4	11
48	3	3	4	10
49	2	3	5	10
50	5	3	4	12
51	4	3	3	10
52	3	2	4	9
53	4	3	2	9
54	4	4	3	11
55	2	3	3	8
56	5	3	5	13
57	5	3	3	11
58	4	3	5	12
59	3	4	5	12
60	3	3	3	9
61	3	4	5	12
62	4	3	5	12
63	3	4	5	12
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	5	3	4	12
67	5	4	5	14
68	5	5	5	15
69	5	3	4	12
70	3	5	4	12
71	5	3	5	13
72	5	5	5	15
73	3	4	5	12
74	1	5	5	11
75	2	5	5	12
76	5	1	5	11
77	2	4	3	9
78	5	3	3	11
79	4	2	4	10
Jml	317	308	343	968
Rata-rata	4.0	3.9	4.3	12.3

Lampiran 3.

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Harga (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	79	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	79	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.775	.782	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga1	21.94	5.393	.573	.731	.731
Harga2	21.76	5.749	.570	.743	.743
Harga3	21.87	5.984	.503	.767	.767
Total	13.11	1.974	1.000	.486	.486

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Produk (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	79	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	79	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.726	.715	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk1	30.16	12.062	.572	.657	.657
Produk2	30.39	12.934	.489	.687	.687
Produk3	30.06	14.188	.372	.723	.723
Produk4	29.97	14.102	.370	.723	.723
Total	17.23	4.204	1.000	.432	.432

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Promosi (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	79	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	79	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.733	.715	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Promosi1	21.90	5.272	.460	.	.709
Promosi2	21.85	5.489	.469	.	.710
Promosi3	21.76	5.621	.428	.	.727
Total	13.10	1.861	1.000	.	.299

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Target Penjualan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	79	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	79	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.709	.684	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Targetpenjualan1	20.49	8.458	.387	.	.704
Targetpenjualan2	20.61	9.267	.322	.	.733
Targetpenjualan3	20.16	8.549	.521	.	.652
Total	12.25	2.961	1.000	.	.188

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4.

OUTPUT SPSS

```
REGRESSION
  MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Targetpenjualan
  /METHOD=ENTER Harga Produk Promosi
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID) .
```

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Harga, Produk ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Targetpenjualan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 ^a	.611	.596	1.094	2.091

- a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Produk
- b. Dependent Variable: Targetpenjualan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.157	3	47.052	39.306	.000 ^a
	Residual	89.780	75	1.197		
	Total	230.937	78			

- a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Produk
- b. Dependent Variable: Targetpenjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

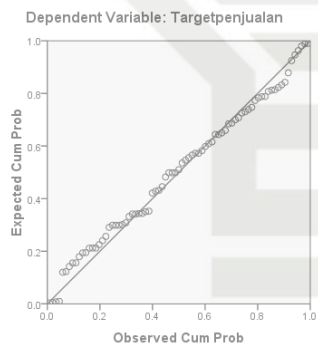
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.855	2.369		3.316	.001		
Harga	-.427	.099	-.348	-4.290	.000	.786	1.272
Produk	.277	.072	.330	3.853	.000	.706	1.417
Promosi	.398	.107	.316	3.725	.000	.721	1.387

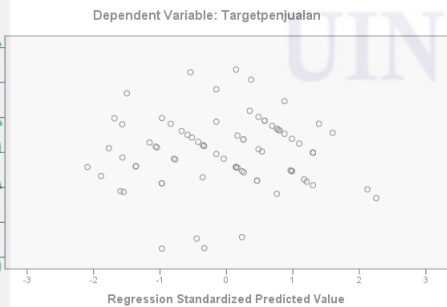
a. Dependent Variable: Targetpenjualan

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

TABEL III
NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Tarf Signif		N	Tarf Signif		N	Tarf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TABEL II
NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI t

α untuk uji dua pihak (two tail test)						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
α untuk uji satu pihak (one tail test)						
dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,486	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,165
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,178	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,132	2,623	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,743	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

© Hak Cipta milk UIN Suska Riau

dk pembilang	$v_1 = dk$ pembilang																											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	00				
36	4.11	3.26	2.80	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.10	2.05	2.03	1.89	1.93	1.87	1.82	1.78	1.72	1.69	1.65	1.62	1.59	1.56	1.55				
38	7.39	5.25	4.38	3.89	3.59	3.35	3.18	3.04	2.94	2.86	2.79	2.72	2.62	2.54	2.43	2.35	2.26	2.17	2.12	2.04	2.00	1.94	1.90	1.87				
40	4.10	3.25	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.96	1.92	1.85	1.80	1.76	1.71	1.67	1.63	1.60	1.57	1.54	1.53				
42	7.35	5.21	4.34	3.86	3.54	3.32	3.15	3.02	2.91	2.82	2.75	2.69	2.59	2.51	2.40	2.32	2.22	2.14	2.08	2.00	1.97	1.90	1.86	1.84				
44	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.07	2.04	2.00	1.95	1.90	1.84	1.79	1.74	1.69	1.66	1.61	1.59	1.55	1.53	1.51				
46	7.27	5.15	4.29	3.80	3.49	3.26	3.10	2.96	2.86	2.77	2.70	2.61	2.54	2.46	2.35	2.25	2.17	2.08	2.02	1.94	1.91	1.85	1.80	1.78				
48	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.92	1.88	1.81	1.76	1.72	1.66	1.63	1.58	1.56	1.52	1.50	1.48				
50	7.24	5.12	4.26	3.78	3.46	3.24	3.07	2.94	2.84	2.75	2.68	2.62	2.52	2.44	2.32	2.24	2.15	2.06	2.00	1.92	1.88	1.82	1.78	1.75				
52	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.14	2.09	2.04	2.00	1.97	1.91	1.87	1.80	1.75	1.71	1.65	1.62	1.57	1.54	1.51	1.48	1.46				
54	7.21	5.10	4.24	3.76	3.44	3.22	3.05	2.92	2.82	2.73	2.66	2.60	2.50	2.42	2.30	2.22	2.13	2.04	1.98	1.90	1.86	1.80	1.76	1.72				
56	4.04	3.19	2.80	2.56	2.41	2.30	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.90	1.86	1.79	1.74	1.70	1.64	1.61	1.56	1.53	1.50	1.47	1.45				
58	7.19	5.08	4.22	3.74	3.42	3.20	3.04	2.90	2.80	2.71	2.64	2.58	2.48	2.40	2.28	2.20	2.11	2.02	1.96	1.88	1.84	1.78	1.73	1.70				
60	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.90	1.85	1.78	1.71	1.69	1.63	1.60	1.55	1.52	1.48	1.46	1.44				
62	7.17	5.06	4.20	3.72	3.41	3.18	3.02	2.88	2.78	2.70	2.62	2.56	2.46	2.39	2.26	2.18	2.10	2.00	1.91	1.86	1.82	1.76	1.71	1.68				
64	4.02	3.17	2.78	2.55	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.97	1.93	1.88	1.83	1.76	1.72	1.67	1.61	1.58	1.52	1.50	1.46	1.43	1.41				
66	7.15	5.01	4.16	3.68	3.37	3.15	2.98	2.83	2.75	2.66	2.59	2.53	2.43	2.35	2.23	2.15	2.00	1.96	1.90	1.82	1.78	1.71	1.66	1.61				
68	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.23	2.17	2.10	2.01	1.99	1.95	1.92	1.86	1.81	1.75	1.70	1.63	1.59	1.56	1.50	1.48	1.44	1.41	1.39				
70	7.08	4.98	4.13	3.65	3.31	3.12	2.95	2.82	2.72	2.63	2.56	2.50	2.40	2.32	2.20	2.12	2.03	1.93	1.87	1.79	1.71	1.68	1.63	1.60				
72	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.94	1.90	1.85	1.80	1.74	1.68	1.63	1.57	1.54	1.49	1.46	1.42	1.39	1.37				
74	7.04	4.95	4.10	3.62	3.34	3.09	2.93	2.79	2.70	2.61	2.54	2.47	2.37	2.30	2.18	2.09	2.00	1.90	1.84	1.76	1.71	1.64	1.60	1.56				
76	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.22	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.84	1.79	1.72	1.67	1.62	1.56	1.54	1.47	1.45	1.40	1.37	1.35				
78	7.01	4.92	4.08	3.60	3.29	3.07	2.91	2.77	2.67	2.59	2.51	2.45	2.35	2.28	2.15	2.07	1.98	1.88	1.82	1.74	1.69	1.63	1.56	1.53				
80	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.88	1.82	1.77	1.70	1.65	1.60	1.54	1.51	1.45	1.42	1.38	1.35	1.32				
82	6.96	4.88	4.04	3.58	3.25	3.04	2.87	2.74	2.61	2.55	2.48	2.44	2.32	2.24	2.14	2.03	1.94	1.84	1.78	1.70	1.65	1.57	1.52	1.49				
84	3.94	3.09	2.70	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.79	1.75	1.68	1.63	1.57	1.51	1.48	1.42	1.39	1.34	1.30	1.28				
86	6.90	4.82	3.98	3.51	3.20	2.99	2.82	2.65	2.59	2.51	2.43	2.36	2.26	2.19	2.06	1.98	1.89	1.79	1.73	1.64	1.59	1.51	1.46	1.43				
88	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.77	1.72	1.65	1.60	1.55	1.49	1.45	1.39	1.36	1.31	1.27	1.25				
90	6.84	4.78	3.94	3.47	3.17	2.95	2.79	2.65	2.56	2.47	2.40	2.33	2.23	2.15	2.03	1.94	1.85	1.75	1.68	1.59	1.54	1.46	1.40	1.37				
92	3.91	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.75	1.71	1.64	1.59	1.54	1.47	1.44	1.37	1.34	1.29	1.25	1.22				
94	6.81	4.75	3.91	3.44	3.13	2.92	2.76	2.62	2.53	2.44	2.37	2.30	2.20	2.12	2.00	1.94	1.82	1.72	1.66	1.56	1.51	1.43	1.37	1.33				
96	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.74	1.69	1.62	1.57	1.45	1.42	1.35	1.32	1.26	1.22	1.19	1.19				
98	6.76	4.74	3.88	3.41	3.11	2.90	2.73	2.60	2.50	2.44	2.34	2.28	2.17	2.09	1.97	1.88	1.79	1.69	1.62	1.53	1.48	1.39	1.33	1.28				
100	3.86	3.02	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.95	1.90	1.85	1.81	1.78	1.72	1.67	1.60	1.54	1.49	1.42	1.38	1.32	1.28	1.22	1.16	1.13				
102	6.70	4.66	3.83	3.36	3.06	2.85	2.69	2.55	2.45	2.37	2.29	2.23	2.12	2.04	1.92	1.84	1.74	1.64	1.57	1.47	1.42	1.32	1.24	1.19				

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOTO TEMPAT PENELITIAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul, “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARGET PENJUALAN DI GROSIR SEMBAKO SINTA KECAMATAN TAPUNG HILIR DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH” yang ditulis oleh :

Nama : HENGKI KURNIAWAN
NIM : 11525103882
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari/ Tanggal : Rabu, 03 Februari 2021
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasayah Fakultas Syariah dan hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Februari 2021
TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua
Dr. Hajar, M. Ag

Setretaris
Nuryanti, M.E,Sy.

Penguji 1
H. Rahman Alwi, M.Ag.

Penguji 2
Dr. Syahpawi, M.Sh



Mengetahui,
Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalrus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

- : Hengki kurniawan
: 11525103882
: Faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan di grosir sinta kecamatan tapung hilir ditinjau dari perspektif ekonomi islam
: Kamis / 28 November 2019
: Disetujui / ~~Ditolak~~ / Disempurnakan
: ~~Jelas~~ / Masih Kabur / Perlu Perbaikan
: ~~Jelas~~ / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas
: ~~Jelas~~ / Mengambang / Perlu Perbaikan
: ~~Jelas~~ / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan
: Cukup Tajam / Perlu Dipertajam
: ~~Jelas~~ / Masih Kabur / Perlu Perbaikan
: ~~Cukup~~ / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

NARASUMBER

Dr. H. Muh Said HM, MA, MM

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar

Dis konsultasikan dengan WD I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarahng mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Diarahng mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Target penjualan Di Grosir Kota Kecamatan Tapung Hilir Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah, ditulis oleh saudara :

Nama : Hengki Kurniawan
NIM : 11525103882
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada : 30 November 2019
Hari / Tanggal : Sabtu, 30 November 2019
Narasumber : Dr.H.Muh Said. HM,MA,MM

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.


Pekanbaru, 25 Desember 2019

Narasumber


Dr.H.Muh Said. HM,MA,MM

NIP. 196205121989031003

JALINUS, S Ag
Dosen dan Mahasiswa dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum


Jalinus, S Ag

NIP:197508012007011023

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan karya ilmiah atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dianggap mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Un.01/F.I/PP.00.9/801/2020

Pekanbaru, 06 Februari 2020

Biasa (S) Proposal
Mohon Izin Riset

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : HENGKI KURNIAWAN
NIM : 11525103882
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : X (Sepuluh)
Lokasi : Desa Tarah Tinggi Jalur Poros Kec. Tapung Hilir Kab. Kampar

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARGET PENJUALAN DI GROSIR SINTA KECAMATAN TAPUNG HILIR DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



Drs. H. Hajar., M.Ag
19580712 198603 1 005

embusan :
Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmpstp@riau.go.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
2. Diarangi tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik atau tinjauan yang wajar UIN Suska Riau.
3. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.04.02.01

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/30616
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : PP.00.97801/2020 Tanggal 6 Februari 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **HENGKI KURNIAWAN**
2. NIM / KTP : **11525103882**
3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **PEKANBARU**
6. Judul Penelitian : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARGET PENJUALAN DI GROSIR SINTA KECAMATAN TAPUNG HILIR DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**
7. Lokasi Penelitian : **TOKO SEMBAKO GROSIR SINTA KECAMATAN TAPUNG HILIR KABUPATEN KAMPAR**


dan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 6 Februari 2020

UIN SUSKA RIAU



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pemilik Toko Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN

Penyusun: Nama Nya : Hengki Kurniawan

Penyusun: NIM : 1525103882

Penyusun: Jurusan : EKONOMI SYARI'AH

Penyusun: Mata Kuliah : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARGET

Penyusun: Judul : PENJUALAN DI GROSIR SEMBAKO SINTA KECAMATAN

Penyusun: : TAPUNG HILIR DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Penyusun: Pembimbing: Budi Azwar, SE.,M.Ec

Penyusun: Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, Februari 2021

Pimpinan redaksi



M. Alpi Syahrin., SH., MH. CPL

NIP. 19880430 201903 1 010

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BIOGRAFI PENULIS

HENGKI KURNIAWAN lahir di Desa Tanah Tinggi Kec. Tapung Hilir Kab. Kampar 05, November 1996. Penulis merupakan anak ke 1 dari 2 bersaudara. Putra dari Ayahanda **Tohir** dan Ibunda **Rakinah**. Pendidikan formal yang Penulis tempuh SD Negeri 013 Tanah Tinggi pada tahun 2003 dan tamat pada 2009, lalu melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 2 Tapung Hilir dan tamat pada tahun 2012, lalu melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 2 Tapung Hilir dan tamat pada tahun 2015. Pada tahun 2015 Penulis melanjutkan pendidikan Ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan mengambil program studi Ekonomi Islam melalui jalur Ujian Mandiri.

Pada bulan Juli sampai Agustus 2017 Penulis melakukan magang di Lembaga Amil Zakat Al-Fikri Pekanbaru dan melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kijang Makmur Kec. Tapung Hilir pada bulan Juli sampai Agustus 2018. Penulis juga aktif kegiatan organisasi internal dan eksternal.

Penulis melaksanakan tugas akhir dengan mengadakan penelitian di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir dan dinyatakan lulus dengan IPK 3,17 dengan predikat memuaskan pada tanggal 03 Februari 2021 dalam sidang munaqasyah dengan judul skripsi “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Target Penjualan Di Grosir Sembako Sinta Kecamatan Tapung Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**”. Penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).