

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK BERAS RAJA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR PERUMNAS SAKO**



SKRIPSI SARJANA S1

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Egitha Anggarani

642015011

Jurusan/Program Studi Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2019

Palembang, Februari 2019

Hal: Pengantar Skripsi
Kepada Yth,
Bapak dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang

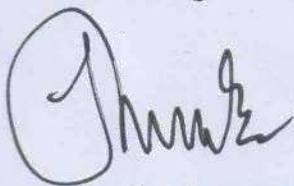
Assalamu'alaikum Waromatullahi Wabarakatu

Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul " Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Beras Raja Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Perumnas Sako", ditulis oleh Saudari Egitha Anggarani telah dapat diajukan sidang Munaqosyah Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian Terima Kasih

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatu

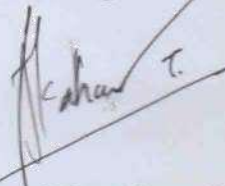
Pembimbing I



Helyadi, SH., MH

NBM/NIDN: 995861/0218036801

Pembimbing II



Hendri Nur Alam, SE. M.Si

NBM/NIDN: 1231101/0222108202

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK BERAS RAJA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR PERUMNAS SAKO**

Yang ditulis oleh Saudari EGITHA ANGGARANI, NIM 642015011

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan

Di depan panitia penguji skripsi

Pada tanggal 26 Februari 2019

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, 26 Februari 2019

Universitas Muhammadiyah Palembang

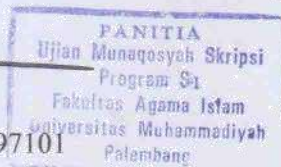
Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji Skripsi

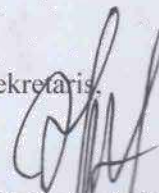
Ketua,



Azwar Hadi, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 995868/0229097101



Sekretaris,



Drs. Nurhuda, M.Pd.I
NBM/NIDN: 995865/0205116901

Penguji I



Azwar Hadi, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 995868/0229097101

Penguji II



Rijalush Shalihin, S.EI., M.EI
NBM/NIDN: 1081379/0205068801

• Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Drs. Abu Hanifah, M.Hum
NBM/NIDN: 618325/0210086901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

A. MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan Sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang ya khusyu”.

(Q.S Al Baqarah: 45)

“Hidup bukanlah tentang mampu atau tidak mampu, melainkan mau atau tidak mau”

(Azhar Nurun Ala)

B. PERSEMBAHAN

- Kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberi rahmat, kesehatan, kemudahan serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
- Kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan dukungan berbentuk materi, moral dan semangat yang tidak ternilai didalam hidup saya.
- Kepada ketiga saudara tersayang saya Edo Prananda, Evans Prayoga dan Erric Pramada.
- Serta untuk semua keluarga besar, sahabat, teman-teman dan semua pihak yang telah mendukung, memberi doa dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan hikmat dan akurat.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Egitha Anggarani

Nim : 642015011

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Agama Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan merupakan plagiat dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan tertulis dalam acuan daftar pustaka.

Palembang, Februari 2019



Egitha Anggarani

NIM: 642015011

ABSTRAK

Anggarani, Egitha, 2019. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Beras Raja Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Perumnas Sako”. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pentingnya beras bagi masyarakat di kota Palembang, sejalan dengan adanya upaya peningkatan produktivitas beras yang dihasilkan seharusnya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seharusnya diperhatikan segala aspek yang mencakup kuantitas, kualitas dan kontinuitas bagi para konsumen beras. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Beras Raja di Pasar Perumnas Sako. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen penelitian, deskriptif responden, analisis statistik deskriptif variabel, analisis uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa dari perhitungan uji T secara parsial pengaruh harga belum berkontribusi signifikan positif terhadap kepuasan konsumen Beras Raja sedangkan kualitas produk sudah mempunyai kontribusi pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen Beras Raja di Pasar Perumnas Sako. Sedangkan secara simultan uji F harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Beras Raja di Pasar Perumnas Sako.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta segala hidayah dan karunia-Nya sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan laporan ini untuk memenuhi tugas akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualita Produk Beras Raja Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Perumnas Sako”.

Selama penyusunan Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan semangat dan motivasi dari berbagai pihak demi kelancaran penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan banyak nikmat, hidayah dan maghfirohnya kepada diri ini.
2. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Drs. Abu Hanifah, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Rijalush Shalihin, S.EI.,M.HI, selaku Ketua Jurusan Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Bapak Helyadi, SH.,MH., selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat waktu.
6. Bapak Hendri Nur Alam, SE.M.Si., selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sampai akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua, kakak dan keluarga besar yang telah memberi semangat, motivasi dan mendoakan saya demi terselesainya tugas skripsi ini.
8. Untuk sahabat-sahabat saya yaitu Dwikinarya, Yaumi, Shinta, Anggun, Dian, Rara, Puspita dan Monica terimakasih sudah menjadi support system yang selalu ada untuk saya selama ini.
9. Semua teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang telah memberikan kontribusi semangat dalam penelitian ini.
10. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan hasil penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi lebih sempurnanya penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang. Semoga dengan terselesainya laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi

pembaca pada umumnya serta membuahkan ilmu yang bermanfaat dan mendapat ridha Allah Subhanahu Wata'ala.

Palembang, Februari 2019

Egitha Anggarani
NIM: 642015011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat.....	7
E. Hipotesa Penelitian.....	8
F. Defnisi Operasional.....	8
G. Metode Penelitian.....	10
H. Sistematika Penelitian.....	20

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA/TEORI

A. Penelitian Terdahulu.....	22
B. Teori.....	22
1. Harga.....	24
a. Pengertian Harga.....	24
b. Peranan harga di dalam masyarakat.....	25
c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi dalam menepatan harga.....	26
d. Metode Pentapan Harga.....	26
e. Harga Dalam Ekonomi Islam.....	29
2. Kualitas Produk.....	32
a. Pengertian Kualitas Produk.....	32
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	33
c. Kualitas Produk menurut Ekonomi Islam.....	35
3. Kepuasan Konsumen.....	37
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	37
b. Ciri-ciri konsumen yang puas.....	38
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.....	39
d. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	40
e. Kepuasan Konsumen dalam Ekonomi Islam.....	41

BAB III : DESKRISI WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Pasar Perumnas Sako.....	44
B. Visi & Misi.....	45
C. Struktur Organisasi Pasar.....	46

D. Letak Geografis Pasar.....	47
E. Peraturan Petugas Kebersihan Pasar Perumnas Sako.....	48
F. Pembinaan Pedagang Pasar Perumnas Sako.....	49
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	50
B. Analisis Data.....	53
C. Uji Validitas.....	55
D. Uji Asumsi Klasik.....	58
E. Uji Hipotesis.....	63
F. Hasil Penelitian.....	65
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data harga beras Raja yang mengalami kenaikan.....	3
Tabel 1.2 Data spesifikasi kualitas produk Beras Raja.....	4
Tabel 1.3 Definisi Operasional.....	9
Tabel 1.4 Klasifikasi Skala Likert.....	14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengkonsumsi.....	52
Tabel 4.5 Taggapan Responden Mengenai Harga (X_1).....	53
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_2).....	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y).....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga (X_1).....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59

Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas.....	60
Tabel 4.14 hasil Uji Heterosdeskasitas Metode Glejser.....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pasar Tradisional.....	46
Gambar 3.2 Maps Pasar Perumnas Sako.....	47
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia. Komoditas ini dikatakan komoditas yang strategis karena dapat mempengaruhi seluruh kebijakan dalam suatu negara yang pangan pokoknya adalah beras. Banyak kepentingan publik dihasilkan oleh beras dan beras berperan penting dalam ketahanan pangan, stabilitas ekonomi dan lapangan kerja.

Beras memiliki sejarah panjang dalam kehidupan bangsa Indonesia. Sebagian besar beras dikonsumsi setelah diolah menjadi nasi. Memakan nasi terkait erat dengan budaya makan dan citra status sosial di masyarakat, mengkonsumsi beras di anggap meningkatkan prestise dibanding sumber karbohidrat lainnya. Saat ini masyarakat luas berpendapat bahwa makanan pokok selain beras seperti jagung, umbi-umbian, dan sagu dianggap sebagian orang yang tidak mampu.

Beras juga sangat penting terkait jumlah produsen dan konsumennya di Indonesia. Dari sisi produsen, usaha tani padi di Indonesia melibatkan 25,4 juta rumah tangga. Sedangkan dari sisi konsumen, sekitar 30% dari total pengeluaran rumah tangga miskin dipergunakan untuk membeli beras. Saat ini lebih dari 90% penduduk Indonesia mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok.¹

¹ Badan Pusat Statistik, Data Statistik Ketahanan Pangan Tahun 2016. (diakses 10 Oktober 2018)

Saat ini Indonesia juga mengimpor beras untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Beberapa negara yang menjadi lumbung beras impor bagi Indonesia diantaranya adalah Thailand dan Vietnam. Beras di pasar dunia amat tipis, yaitu 4-7 % dari total produksi dunia. Pasarnya jauh dari sempurna karna sekitar 80% ekspor beras dikuasai oleh beberapa negara. Beras yang dijual di pasar dunia merupakan sisa konsumsi domestik (*residual goods*). Pasar yang tipis dan *oligopolistic* ini yang membuat harga beras lebih tidak stabil ketimbang komoditas lain seperti gandum, jagung, dan kedelai. Bagi negara besar seperti Indonesia, bergantung pada pasar impor jelas beresiko.²

Beras merupakan sembilan bahan pokok yang biasa kita konsumsi setiap hari. Pada beberapa bulan ini, harga sembako khususnya beras bisa dibilang cenderung stabil dengan bulan sebelumnya, tapi ada juga yang mengalami penurunan dan kenaikan masih tergolong wajar. Dampak ini bisa terjadi karena ketersediaan stok yang ada di daerah yang sedang mengalami panen besar dan ada juga yang gagal panen karena musim kemarau.

PT. Belitang Panen Raya (BPR) sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang penggilingan padi perusahaan yang menghasilkan produk beras dengan brand “BERAS RAJA”. Beras Raja ada tiga macam, yaitu Beras Raja Premium, Platinum dan Ultima. Kenaikan harga beras mulai terjadi disejumlah pasar tradisional di Kota Palembang. Namun meski terjadi kenaikan harga pada beras

² Amang dan Sawit, 1999, *Kebijakan Beras dan Pangan Nasional*, Bogor : IPB Press (diakses 10 Oktober 2018)

di pasaran, Beras Raja tetap memantau harga jual di pasaran dan menjaga kualitas produk yang mereka jual demi kepuasan konsumen yang mereka jaga.

Tabel 1.1

Data harga beras Raja yang mengalami kenaikan sebesar Rp. 2.000/karung.

No	Jenis Beras	Berat Beras (kg)	Harga Lama	Harga Baru
1	Beras Raja Premium	20kg	Rp. 190.000	Rp. 192.000
		10kg	Rp. 96.000	Rp. 98.000
		5kg	Rp. 50.000	Rp. 52.000
2	Beras Raja Platinum	20kg	Rp. 195.000	Rp. 197.000
		10kg	Rp. 98.000	Rp. 100.000
		5kg	Rp. 53.000	Rp. 55.000

Sumber : Mulikson, Area Sales Manager Beras Raja (2019)

Kenaikan harga ini di picu masa panen yang sudah selesai, sementara masa tanam belum bisa dilakukan akibat kemarau, hal inilah yang membuat harga beras mengalami kenaikan. Selain masa tanam yang tertunda dan berimbas dengan waktu panen selanjutnya yang bisa saja di undur karena belum tibanya musim hujan. Musim kemarau kali ini cukup lama, sehingga panen tahun depan yang biasanya februari bisa mundur.³

³ Mulikson, Area Seles Beras Raja (diakses 11 Oktober 2018)

Tabel 1.2

Data spesifikasi kualitas produk Beras Raja

No	Jenis Beras	Spesifikasi kualitas beras
1.	Beras Raja Premium	Nasi yang dihasilkan pulen
		Berasnya putih bersih
		Halal
		Nasinya tidak mudah basi
		Di kemas secara higienis dengan mesin berteknologi modern
		Tanpa pemutih & pengawet
1.	Beras Raja Ultima Platinum	Berasal dari padi pilihan berkualitas tinggi
		Berasnya putih bersih
		Halal
		Nasinya pulen & tidak mudah basi
		Di kemas secara higienis dengan mesin berteknologi modern
		Tanpa pemutih & pengawet

Sumber : Penulis 2019

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.⁴ Dalam pandangan islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat nilai guna yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dilarang dalam islam bukan merupakan produk dalam pengertian islam.⁵

Firman Allah Subhanahu Wata'ala dalam surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

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

“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah – langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”⁶

Dalam ekonomi islam kepuasan konsumen juga sangat penting, dengan masalah pengertian terpenuhi fisik maupun spriritual. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu bahan atau barang yang dikonsumsi adalah halal, tidak bersikap *isrof* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak di dasarkan banyak

⁴ Philip Kohler dan Gary Armstrong, *Op Cit*, Hlm: 272

⁵ Muhammad Syafei Antoniu, *Op Cit*, Hlm 380

⁶ Al-Qur'an Dan Terjemahannya, 2015. PT Mizan Bunaya Kreatif, Hlm :26

sedikitnya yang di konsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.⁷

Mengingat pentingnya beras bagi masyarakat di Kota Palembang, sejalan dengan adanya peningkatan produktivitas, beras yang dihasilkan seharusnya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seharusnya diperhatikan segala aspek yang mencakup kuantitas, kualitas dan kontinuitas bagi para konsumen beras. Oleh karena itu Penulis terdorong untuk melakukan analisa terhadap kepuasan konsumen dari segi harga (*price*) dan kualitas produk (*product quality*).

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK BERAS RAJA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR PERUMNAS SAKO”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diuraikan yang menjadi pokok permasalahan dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh harga beras raja terhadap kepuasan konsumen di pasar Perumnas Sako?

⁷ Sadono, Sukirno, 2002, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Edisi ke 3, Hlm: 152

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk beras raja terhadap kepuasan konsumen di pasar Perumnas Sako?

C. Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini adalah hanya terfokus pada penelitian Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Beras Raja Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Perumnas Sako.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian mengenai permasalahan diatas, yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga beras raja terhadap kepuasan kosumen di pasar Perumnas Sako.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk beras raja kepuasan kosumen di pasar Perumnas Sako.

2.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian mengenai permasalahan diatas, ialah:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh tentang pengaruh harga dan kualitas produk pada kepuasan konsumen .
- b. Bagi lembaga, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan ataupun referensi dalam menciptakan karya-karya ilmiah bagi

seluruh civitas akademika di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.

- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memahami persoalan tentang pengaruh harga dan kualitas produk pada kepuasan konsumen.

E. Hipotesa Penelitian

Menurut Sugiyono (2009), hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data-data yang terkumpul.⁸ Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat di tarik rumusan atau dugaan sementara yang diambil sebagai hipoteis berikut:

H₁ : Ada pengaruh harga beras raja terhadap kepuasan konsumen di Pasar Perumnas Sako.

H₂ : Ada pengaruh kualitas produk beras raja terhadap kepuasan konsumen di Pasar Perumnas Sako.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel/konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kejelasan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel/konstruk tersebut.⁹

⁸ Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta

⁹ Nasir, Mujhammad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 1999), hlm: 152

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3

Variabel	Definisi	Indikator	Sub Indikator
Harga (X ₁)	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang adil serta atas dasar hukum permintaan dan penawaran, secara umum harga dapat diterima oleh masyarakat sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat yang khusus. ¹⁰	1. Harga yang adil	a. Harga ditentukan oleh permintaan . b. Harga ditentukan oleh penawaran.
		2. Harga yang diterima masyarakat	a. Mengadakan sosialisasi harga pada masyarakat b. Memperkenalkan harga pada waktu dan tempat tertentu.
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan mutu, desain, nilai jual, dan daya tahan produknya. ¹¹	1. Mutu Produk	a. Terjamin kehalalannya b. Terjamin kebersihannya c. Terjamin kesehatannya
		2. Desain Produk	Menarik
		3. Nilai jual	Harga sesuai dengan kualitasnya

¹⁰ Pengertian ini diambil berdasarkan pendapat dari Ahli yaitu Kotler dan Ibnu Timiyah yang telah disimpulkan peneliti. Kotler menyatakan bahwa harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakan atas produk dan jasa. Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Beliau juga menyatakan harga yang adil atau harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat.

¹¹ Pengertian ini diambil berdasarkan pendapat dari Ahli Kotler & Amstro dan M. Taufiq Amir yang telah disimpulkan oleh peneliti. Menurut Kotler & Armstrong, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Menurut M. Taufiq Amir, indikator dari kualitas produk terdiri dari mutu produk, fitur, desain produk, kesesuaian, bentuk, dan daya tahan. Proses penciptaan nilai yang disertai dengan inovasi akan menjadi sebuah nilai tambah yang dapat dijual.

Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah ekspresi senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk barang meliputi kualitas produk, harga terjangkau, halal, baik secara zatnya, maupun secara memperolehnya, masalah yang didalamnya mengandung manfaat dan berkah. ¹²	1. Ekspresi senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk	Membandingkan ekspresi senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk.
		2. Halal	a. Memperolehnya halal. b. Kandungan unsu halal dalam suatu produk.
		3. Masalah	a. Memperoleh berkah dari suatu produk b. Memperoleh manfaat yang dirasakan.

Sumber: Data diolah peneliti yang berdasarkan pengertian dari para Ahli (2019)

G. Metode Penelitian

A. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Jl. Siaran Pasar Perumnas Sako, Palembang.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik atau kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹³ Populasi dalam penelitian ini berjumlah 300 orang konsumen yang membeli beras Raja di Pasar Perumnas Sako.

¹² Pengertian ini diambil berdasarkan pendapat Ahli yaitu Kotler dan M. Tufiq Amir yang telah disimpulkan oleh peneiti. Kotler menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang dihasilkan dari perbandingan kinerja atau suatu hal yang dirasakan dengan harapan. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus dipertimbangkan bebrapa hal yaitu barang yang dikonsumsi halal, baik secara zatnya, maupun secara memperolehnya, tidak bersikap *isrof* (royal) dan *tabzir* (sa-sia).

¹³ Sujarweni, Wiratna, Metodologi Penelitian, hlm: 65

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mampu mempelajari semua, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.¹⁴

Menurut Arikunto (2006:133) pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi menggambarkan keadaan populasi sebenarnya.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Sugiyono, 2017 : 218)

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 15% dari populasi yang berjumlah 300 responden yaitu menjadi 45 responden. Jadi untuk itu peneliti mengambil sampel 45 konsumen beras Raja di Pasar Perumnas Sako yang menjadi responden.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam

¹⁴Sugiyono, 2007, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta). hlm: 84

bentuk angka yang dapat dihitung.¹⁵ Data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuisioner yang diisi oleh konsumen yang membeli beras Raja di Pasar Perumnas Sako sedangkan data kualitatif di peroleh dalam rumusan masalah deskriptif tempat penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan memerlukannya.¹⁶ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil pengisian kuisioner/angket yang diberikan kepada konsumen yang membeli beras Raja di Pasar Perumnas Sako.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi.¹⁷ Seperti buku yang berkenaan dengan harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen serta beberapa sumber yang ada di internet.

¹⁵ Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2014. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara, hlm: 21

¹⁶ Ibid, hlm 22

¹⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian konomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm: 102

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁸ Kuisisioner berisi daftar pernyataan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk beras raja terhadap kepuasan konsumen di pasar perumnas sako. Peneliti mendampingi responden selama pengisian kuisisioner, sehingga apabila responden mengalami kesulitan dalam mengisi, maka dapat di jelaskan oleh peneliti.

Kepuasan konsumen merupakan variable kualitatif, maka pengukurannya memerlukan penyekalan (*scaling*) untuk mengurangi subyektif responden. Dalam pengukuran skala yang digunakan adalah skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Umumnya skala likert menggunakan poin berikut:

Tabel 1.4

Klasifikasi Skala Likert

Kalsifikasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Skor	1	2	3	4	5

Sumber: Peneliti (2019)

¹⁸Sugiyono, *Op Cit*, hlm: 142

E. Uji Intrumeen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel.¹⁹ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r table. Jika nilai r hitung $> r$ table dan bernilai positif dan signifikan 5% maka data tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r table maka data tidak valid.

H. Teknik Analisi Data

1. Deskriptif Kuantitatif

Dalam penyusunan skripsi ini data tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Beras Raja Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Perumnas Sako dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kuantitatif diangkakan meliputi jawaban dari responden mengenai pernyataan dalam kuisioner yang di edarkan. Setelah data di kumpulkan akan diolah nanti pada akhirnya dapat di tarik kesimpulan yang tepat mengenai variabel harga, kualitas produk beras raja terhadap kepuasan konsumen Raja di Pasar Perumnas Sako.

¹⁹Sugiyono, *Op Cip*, hlm: 89

Kriteria tanggapan responden dengan skala angka sebagai berikut:

$$1,00 - 1,80 = \text{STS}$$

$$3,41 - 4,20 = \text{S}$$

$$1,81 - 2,60 = \text{TS}$$

$$4,21 - 5,00 = \text{SS}$$

$$2,61 - 3,40 = \text{N}$$

2. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval maupun rasio. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-smirnov*. Data yang dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05.

b. Uji Linieritas

Linieritas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikan 0,05.²⁰

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variable independen dalam

²⁰Duwi Pujiyanto, 2010, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: MediaKom), hlm: 71-

model regresi. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Dikatakan terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3) lebih besar dari 0,60 (pendapat lain : 0,50 dan 0,90). Di katakan tidak terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$). Jika nilai toleransi $< 0,10$ dan VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinearitas yang tinggi.²¹ Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu uji *spearman's rho*, uji *glejser*, uji *park* dan melihat pola grafik regresi. Jika signifikan korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.²²

²¹Danang Sunyoto, 2011, *Analisa Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS), hlm: 79

²²*Ibid*, hlm: 81-83

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua variable atau lebih variable independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing – masing variabel berhubungan positif atau negatif.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :²³

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

Y' = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel harga (X_1)

b_2 = Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2)

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

e = Tingkat error, tingkat kesalahan

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

²³*Ibid*, hlm: 192-193

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_a$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t dapat dilihat pada output coefficients dari hasil analisis regresi linier berganda di atas.²⁴ Apabila t hitung lebih besar dari table serta tingkat signifikannya lebih kecil dari 5% ($\alpha = 5\% = 0,05$), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak H_a . Hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara parsial. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah sebagai berikut :

$$F \text{ hitung} = \frac{b_i - (B_i)}{S_{b_i}}$$

Dimana :

b_i = koefisien regresi parsial sampel

B_i = koefisien regresi parsial populasi

S_{b_i} = Standar error koefisien regresi sampel

Pengujian parsial terhadap koefisien regresi secara parsial menggunakan uji t pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisa (α) 5% dengan ketentuan degree of freedom (df) = $n-k-1$, dimana n adalah besarnya sampel, k adalah jumlah variabel.

²⁴Duwi Pujiyanto, 2010, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Mediakom), hlm: 61-

Keputusan :

Apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ table}$: H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t \text{ hitung} \geq t \text{ table}$: H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_k$) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). F hitung dapat dicari dengan rumus berikut :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.

Dengan kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ table}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $F \text{ hitung} \geq F \text{ table}$ pada $\alpha = 5\%$

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan ini menunjukkan mata rantai pembahasan dari awal hingga akhir, terdiri dari lima bagian yang penulis susun secara sistematis dengan perincian bab demi bab sehingga lebih mudah untuk dipahami.

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, hipotesa penelitian, definisi operasional, variabel penelitian, metode penelitian, dan ssistematika penelitian.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI

Bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka dan teori tentang harga, kualitas produk, kepuasan konsumen.

3. BAB III : DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

Bab ini berisikan sejarah pasar perumnas sako, visi, misi, struktur organisasi, dan letak geografis pasar perumnas sako tersebut.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Bab ini membahas gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data sesuai dengan teknik anlasisi yang digunakan, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

5. BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian serta saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufik. 2005. *"Dinamika Pemasaran"*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Al-Qur'an Dan Terjemahannya, 2015. PT Mizan Bunaya Kreatif.
- Badan Pusat Statistik, Data Statistik Ketahanan Pangan Tahun 2016. (diakses 10 Oktober 2018)
- Fandy Tjiptono, 1997. *"Strategi Pemasaran Edisi II"*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Karim, Adiwarman. 2007. *"Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam"*. Jakarta: Rajawali
- Per Kasmir. 2007. *"Kewirausahaan"*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir dan Jakfar. 2009. *"Studi Kelayakan Bisnis"*. Jakarta: Kencana.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *"Prinsip-Prinsip Pemasaran"*, Jilid 2. Edisi Keduabelas, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, 2001. *"Manajemen Pemasaran"*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad. 2007. *"Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Ekonomi Islam"*. Yogyakarta : BPEF.
- Muhammad. 2008. *"Metodologi Penelitian ekonomi Islam"*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyadi. 2011. *"Kewirausahaan"*. Palembang: Rafah Pers

- Pujiyanto, Duwi 2010. ***“Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS”***. Jakarta: MediaKom.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. ***“Norma dan Etika Ekonomi Islam”***, diterjemah oleh Zainal Arifin Lc dan Dr. Dahlia Husin. Jakarta: Gema Insani.
- Rosyidi, Suherman. 2006. ***“Pengantar Teori Ekonomi”***, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sa’ad, Said Martho. 2004. ***“Ekonomi Islam (Ditengah Krisis Ekonomi Global)”***, Jakarta: Zikrul
- Sadono, Sukirno. 2002. ***“Pengantar Teori Mikro Ekonomi”***. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Edisi ke 3
- Sugiyono. 2007. ***“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”***. Bandung :Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2011. ***“Analisa Regresi dan Uji Hipotesis”***. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono. 2005. ***“Service Quality Satisfication”***. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono. 2006. ***“Pemasaran Jasa”***. Malang: Bayu Media Publishing.
- Winardi. 1992. ***“Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran (Marketing)”***, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1992)

Riwayat Pendidikan: