

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SIRUP DUA MAWAR DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS PADA PELANGGAN
CV. UD. HANA'S MARTAPURA)**

Muhammad Riyadi¹, Akhmad Hulaify², Agus Purnomo³

¹ Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NPM 19510008

² Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 1118118202

³ Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 1124088504

E-mail: muhammadriyadi178@gmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan Observasi yang dilakukan menemukan permasalahan yang dihadapi CV. UD. Hana'S yaitu pengembangan produk sirup dua mawar saat ini terbilang lambat dalam pengembangan kualitas produknya dari pada produk sirup yang lain seperti: Produk sirup kuda mas, sirup sekumpul dan sirup yang lain dan harga dari sirup-sirup tersebut juga tidak terlampaui jauh di pasaran. Rumusan masalah bagaimana keputusan pembelian dipengaruhi secara parsial dan simultan oleh kualitas produk dan persepsi harga. Tujuannya adalah untuk memastikan seberapa besar dan seberapa simultan persepsi harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Purposive sampling, populasi sebanyak 100 responden, metode penelitian kuantitatif, dan alat bantu: observasi, angket, dan dokumentasi. H1 diterima dan H0 ditolak berdasarkan temuan uji t persepsi harga dan kualitas produk, dimana nilai thitung masing-masing sebesar $5,208 > ttabel 1,984$ dan $4,231 > ttabel 1,984$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan. pengaruh besar terhadap keputusan yang dibuat mengenai pembelian. H0 ditolak dan Ha diterima berdasarkan temuan uji F yang menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk secara bersamaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian (nilai F sebesar $41,759 > F tabel 3,09$).

Kata Kunci: Persepsi Harga; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; Pelanggan; Sirup

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Femi. “Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek).” *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 1, no. 3 (2021): 266–78.
- Daga, Rosnaini. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Global Research and Consulting Institute, 2017.
- Fasiha. “Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah.” *l-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 2, no. No.2 (2017): 111–27. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.24256/alw.v2i2.634](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24256/alw.v2i2.634).
- Hafidzi, M Kamil, Fathia Rizqi, dan Ajjiah Jumani. “Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 1, no. 1 (2022): 203–14.
- Halim, Nico Rifanto, dan Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 4, no. 3 (2019): 415–24. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291).
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Jupri, Berutu. “Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko KK Buah Segar Pangkal Pinang.” Skripsi, Universitas Bangka Belitung, 2017. <http://repository.ubb.ac.id/id/eprint/358>.
- Nainggolan, Nana Triapnita, dan ddk. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Cetakan I. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Nurul Kumala, Firza Oktavia, dan Moch. Khoirul Anwar. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT.Hasanah Mulia Investama.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (29 Juli 2020): 26–39. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>.
- Razak, H.Mashur. *Perilaku Konsumen*. Cetakan I. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitain*. Edisi I. Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2013.
- Setyarko, Yugi. “Analisis Persepsi Harga, promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara online.” *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 5, no. 2 (2016): 129–47. <http://dx.doi.org/10.36080/jem.v5i2.329>.
- Sinulingga, Nora Anisa Br., dan Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. N.p: IOCS Publisher, 2021.
- Syamsidar, Rizky, dan Euis Soliha. “Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Teadi Gemawang, Kabupaten Semarang).” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 26, no. 2 (2019): 146–54.
- Syaparuddin. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*. Cetakan I. Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2021.
- Wigati, Sri. “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Maliyah* 01, no. 01 (2011): 22–38.