

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN ALAT MUSIK PANTING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN(DI TINJAU DALAM EKONOMI ISLAM)

M. Rizky Ilhami¹, Agus Purnomo², Parman Komarudin³

¹Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM 17510078

²Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB NIK.061512850

³Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB NIK.061310674

Email:rizkyilhami123@gmail.com

ABSTRAK

Musik panting adalah musik tradisional yang berasal dari Kalimantan Selatan, yang diketahui saat ini sudah hampir punah. Pengusaha panting berusaha mengeluarkan produk yang berkualitas yang menjadi kriteria utama pelanggan. Hal lain yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam melakukan pembelian adalah desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik suatu produk. Rumusan masalah penelitian yaitu Bagaimana jual beli alat musik panting ditinjau dari Ekonomi Islam, Bagaimana pengaruh kualitas produk alat musik panting terhadap keputusan pembelian pelanggan ditinjau dari Ekonomi Islam, Bagaimana pengaruh desain produk alat musik panting secara terhadap keputusan pembelian pelanggan ditinjau dari Ekonomi Islam, Bagaimana pengaruh kualitas produk dan desain produk dan alat musik panting secara simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan ditinjau dari Ekonomi Islam, Bagaimana jual beli alat musik panting ditinjau dari Ekonomi Islam, Bagaimana pengaruh kualitas produk alat musik panting terhadap keputusan pembelian pelanggan ditinjau dari Ekonomi Islam, Bagaimana pengaruh desain produk alat musik panting secara terhadap keputusan pembelian pelanggan ditinjau dari Ekonomi Islam, Bagaimana pengaruh kualitas produk dan desain produk dan alat musik panting secara simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan ditinjau dari Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, untuk meneliti 15-20 populasi dengan 12 sampel, teknik pengumpulan data menggunakan cara observasi dan pembagian angket kuesioner, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H1 dengan nilai Sig sebesar $0,173 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,479 < 2,228$ dan H2 Signifikansi sebesar $0,115 < 0,05$ dan nilai t hitung $1,742 > 2,228$ dan H3 Menjukan $0,082 > 0,05$ dan nilai F hitung $3,345 > F$ tabel 3,98.

Kata kunci:*Desain, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Pelanggan.*

ABSTRACT

Panting music is a traditional music originating from South Kalimantan, which is currently almost extinct. Important entrepreneurs try to issue quality products that are the main criteria for customers. Another thing that is considered by customers in making a purchase is that the design in marketing activities is one of the forms of the attractiveness of a product. The formulation of the research problem is How to buy and sell important musical instruments in terms of Islamic Economics, How is the influence of the quality of important musical instruments on customer purchasing decisions in terms of Islamic Economics, How is the influence of important musical instrument product design on customer purchasing decisions in terms of Islamic Economics, How is the influence of product quality and product design and important musical instruments simultaneously on customer purchasing decisions in terms of Islamic Economics, How to buy and sell important musical instruments in terms of Islamic Economics, How does the influence of product quality on important musical instruments on customer purchasing decisions in terms of Islamic Economics, How does design influence musical instrument products are important on customer purchasing decisions in terms of Islamic Economics, How the influence of product quality and product design and important musical instruments simultaneously on customer purchasing decisions in terms of Islamic Economics. This study uses quantitative methods, to examine 15-20 populations with 12 samples, data collection

techniques using the method of observation and distribution of questionnaires, the results of this study showed that H1 with a Sig value of 0.173 > 0.05 and a t-count value of 1.479 < 2.228 and H2 a significance of 0.115 < 0.05 and a t-count value of 1.742 > 2.228 and H3 Showing 0.082 > 0.05 and a calculated F value of 3.345 > F table 3.98.

Keywords: *Customer, Design, decision Purchases, Product quality.*

PENDAHULUAN

Instrumen adat yaitu musik yang dididik atau diturunkan secara lisan, tidak digubah dan terus berkembang. Dengan demikian, ekspresi pengalaman manusia bersifat intrinsik dalam atribut budaya, khususnya bahwa pengerjaan adalah properti khas yang memiliki banyak kualitas, pemikiran, dan alasan untuk berperilaku.¹

Musik panting yaitu musik tradisional berada di Kalimantan Selatan. Instrumen-instrumen tradisional lainnya tentunya yang seperti, panting (alat musik petik yang berukuran kecil), babun (alat musik sejenis gendang), suling, ketipak (sejenis terbang atau rebbana), tamborin (kresekan), gong, dan biola yang tentu tidak asing dengan alat musik kekinian. Lagu yang sering ditampilkan pun lagu daerah yang berasal di Kalimantan Selatan seperti lagu Paris Barantai yang telah banyak di kenal orang secara luas.²

Pada awalnya, Musik Panting berasal dari daerah Tapin, Kalimantan Selatan. panting adalah bagian dari alat musik yang dibentuk seperti gambus Arab namun ukurannya lebih kecil. Sebelumnya, musik panting hanya dimainkan secara mandiri atau solo. Dengan berkembangnya zaman, musik Panting bisa menjadi menarik jika dimainkan dengan beberapa alat musik lain, sehingga musik panting saat ini sebenarnya dimainkan dengan alat musik seperti babun, gong, dan biola dan para pemainnya juga terdiri dari beberapa kelompok. Nama musik panting berasal dari nama alat musik yang sebenarnya, karena dalam musik panting alat musik yang populer dan sangat instrumental adalah panting, sehingga musik ini dikenal sebagai musik panting. Orang yang pertama kali memberi nama musik Panting yaitu A. Sarbaini. Dan sampai sekarang ini musik Panting terkenal seperti mana musik tradisional yang berasal dari Kalimantan Selatan.

Di Kalimantan Selatan, sejumlah besar alat musik konvensional mempunyai nilai keindahan dan keunikan. Bagaimanapun, sayangnya keindahan dan keunikan secara bertahap dan kemungkinan besar mengarah ke penghapusan. Khususnya di kalangan Masyarakat Banjar, dikenal dengan budaya yang sangat kental akan berbagai macam karya, meski saat ini ada yang mendekati musnah. Alat musik adat kelompok masyarakat Banjar, khususnya Panting.³

Kualitas barang adalah kekhawatiran yang signifikan bagi organisasi dengan menghasilkan barang. Barang-barang berkualitas adalah elemen utama bagi klien dalam memilih barang-barang yang ditawarkan oleh organisasi. Organisasi akan benar-benar ingin mengikuti dan mengembangkan lebih lanjut kualitas barang untuk memenuhi keinginan klien. kualitas barang, organisasi dapat bersaing dengan saingan dalam mengendalikan pangsa pasar.⁴

Latihan kontrol kualitas dapat membantu organisasi untuk mengikuti dan bekerja pada sifat item mereka dengan mengendalikan tingkat kerusakan item untuk pencapaian terbaik dengan membuat peningkatan yang konstan.⁵

Desain item adalah bagian penting dari pencapaian banyak organisasi. Organisasi terus-menerus mengirimkan item baru ke pasar karena perubahan kebutuhan dan kebutuhan klien. Rencana item kontras sama sekali, bergantung pada bisnis. Untuk item klien, pahami kecenderungan klien dan lakukan pengujian pameran sehubungan dengan item yang akan datang. Organisasi yang memiliki pengalaman praktis dalam desain item menerapkan siklus yang sangat maju untuk membantu latihan yang dibutuhkan dalam suatu industri.

¹Ulfa Madjid, "Suling Boloji' Seperti mana Alat Musik Tradisional Suku Rongkong Luwu Utara: Suatu Tinjauan Organologi" (Skripsi Fakultas Seni dan Desain, UNM, 2012) hlm. 14-15

²Akhmad Sholihin, *Pengertian Dan Sejarah Musik Panting Kalimantan Selatan*, Website <http://indoborneonatural.blogspot.com/2015/08/pengertian-dan-sejarah-musik-panting.html>, dikutip pada tanggal 15 april 2021.

³Wikipedia, *musik panting*, website https://id.wikipedia.org/wiki/Musik_Panting dikutip pada tanggal 12 Juli 2021

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 136.

⁵ Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 2

Sedangkan Menurut Chapman W Keputusan Pembelian, untuk lebih spesifik: "apa keinginan klien untuk membeli suatu barang. Klien akan memilih barang mana yang akan dibeli tergantung pada pandangan mereka tentang barang yang diidentifikasi dengan kapasitas barang tersebut untuk mengatasi masalah mereka.⁶

Menurut pendapat Pratama Raharja, Ada variabel yang mempengaruhi minat, untuk lebih spesifik: biaya produk aktual, biaya barang dagangan terkait, selera, populasi, penilaian masa depan, sirkulasi pembayaran, dan upaya pembuat untuk memperluas kesepakatan.⁷

Penyebab yang mempengaruhi pembelian menurut beberapa para ahli menyebutkan adanya persamaan dan perbedaan. Adanya persamaan dan perbedaan terdapat penyebab yang berdampak yaitu pendapatan, selera, barang itu sendiri serta prakira masa yang akan datang.

Setelah cukup lama mengobservasi dan berbicara dengan Bapak Husni, yang menjelaskan bahwa Panting merupakan instrument musik tradisional Kalimantan Selatan yang penting bagi hasil sosial individu yang telah ada pada zaman dahulu. Tokoh yang paling dikenal seperti di mana pemain Panting adalah A. Sarbaini dan beberapa kumpulan kelompok musik Panting lainnya. Namun, saat ini, seiring dengan perubahan zaman, kelompok musik panting yang signifikan menjadi semakin sedikit.

Menurut bapak Husni kualitas produk maupun desain alat musik panting miliknya lebih baik daripada produk buatan perajin lainnya, karena sudah berpengalaman selama 12 tahun dalam pembuatan alat musik panting, karena keterampilan itu dipelajarinya sejak berusia remaja. keterampilan mengolah musik panting diturunkan oleh keluarganya secara turun temurun sehingga dari segi harga memang lebih mahal, namun para pembeli lebih cenderung memilih alat musik panting buaatannya daripada perajin lain karena kualitas suara, bahan dan bentuknya yang lebih menarik dan indah. Sehingga dengan adanya kualitas produk yang baik serta disain produk yang menarik inilah usahanya masih bisa tetap eksis dengan persaingan dengan alat musik modern yang lebih canggih karena musik panting sendiri masih banyak peminatnya di masyarakat Suku Banjar di Kalimantan selatan.

METODE PENELITIAN

Jenis eksplorasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kuantitatif. Menurut Sugiyono, strategi kuantitatif penting untuk teknik eksplorasi yang bergantung pada cara berpikir positivisme, yang digunakan untuk memeriksa populasi atau tes tertentu, yang pada umumnya diambil secara serampangan, dan informasi dikumpulkan dengan menggunakan instrumen pemeriksaan yang tidak teratur. , dan informasi dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian, kemudian, pada saat itu diperiksa secara kuantitatif atau benar-benar bermaksud menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Desain penelitian kuantitatif ada dua macam seperti deskriptif dan eksperimental. Studi kuantitatif deskriptif melaksanakan pengukuran dilakukan cuma sekali. Artinya relasi antar variabel yang diselidiki hanya sekali. Sedangkan studi eksperimental melaksanakan pengukuran antar variabel sebelum dan sesudahnya untuk melihat hubungan dari fenomena yang diteliti. Berikutnya akan dipaparkan karakteristik penelitian kuantitatif.⁸Jumlah populasi di tempat Bapak Husni sebelum covid dalam sebulan sekitar 15-20 an tetapi saat covid dalam sebulan tidak menentu namun rata-rata sebanyak 12 orang dalam sebulan Penulis memilih sampel memakai teknik sampling jenuh (*Total Sampling*) karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang dipakai pada penelitian ini berjumlah 12 orang, ciri responden yang dijadikan sampel yaitu pembeli yang ditemui saat

⁶ Wilson Setiawan dan Sugiono, *pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian toyota avanza tipe g di surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol2, No 1 (2014) Jurnal Strategi Pemasaran

⁷ Pratama Raharja, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (LP-FE UI: Jakarta, 2008) edisi 3, hlm. 4.

⁸ Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013.), hlm. 41-42.

melaksanakan penelitian dan mau mengisi kuesioner.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas

NO	VARIABEL		r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk(X1)	X1.1	0.659	>0,576	Valid
		X1.2	0.561	<0,576	tidak valid
		X1.3	0.279	<0,576	tidak valid
		X1.4	0.644	>0,576	Valid
		X1.5	0.768	>0,576	Valid
2	Desain(X2)	X2.1	0.578	>0,576	Valid
		X2.2	0.172	<0,576	tidak valid
		X2.3	0.668	>0,576	Valid
		X2.4	0.459	<0,576	tidak valid
		X2.5	0.690	>0,576	Valid
3	Keputusan Pembelian(Y)	Y.1	0.190	<0,576	tidak valid
		Y.2	0.563	>0,576	tidak valid
		Y.3	0.424	<0,576	tidak valid
		Y.4	0.771	>0,576	Valid
		Y.5	0.731	>0,576	Valid

Sumber: Data Diolah, 2021

Berlandaskan Tabel 1 diatas menunjukkan terdapat 3 variabel yang menjadi bahan penelitian dari ketiga variabel yang diteliti mempunyai 5 item pertanyaan. Setiap butir pernyataan ada yang bernilai lebih dari R tabel dimana R tabel dengan signifikansi kesalahan 5% dan $N-2=10$ yaitu 0,576.

Dari beberapa item pertanyaan pada setiap variabel baik independen maupun dependen ternyata mempunyai nilai r hitung lebih menonjol dari r tabel maka datanya yang dilampirkan bisa dibilang valid, Sedangkan jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data yang di hasilkan tidak valid, karena jumlah pertanyaan sedikit, maka untuk menjaga normalitas data maka tidak perlu dilakukan pengurangan terhadap pertanyaan yang nilai r hitungnya < r tabel

Dari tabel di atas pernyataan Kualitas Produk yaitu dari X1.1, X1.4, X1.5, dikatakan Valid dikarenakan R hitung lebih dari R tabel, Pada pernyataan Desain Alat Musik yaitu dari X2.1, X2.3, X2.5, dikatakan Valid dikarenakan R hitung lebih dari R tabel dan Pada Pernyataan Keputusan Pembelian yaitu dari Y4, Y5, dinyatakan Valid karena R hitung lebih menonjol dari R tabel.

2. Uji Reliabilitas

**Table 2 Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.684	.644	15

Sumber: Data Diolah, 2021

Hasil pengujian reabilitas pada tabel di atas menunjukkan nilai koefisien *Alpha* dari variabel-variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang bermacam. Akan tetapi, semua item pernyataan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) tersebut mempunyai nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari pada 0,60, Sehingga bisa disimpulkan semua instrumen ini reliable.

3. Uji Normalittas

**Tabel 3 Hasil Uji Normalittas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53042587
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.154
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		.535
Asymp. Sig.(2-tailed)		.937

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Dari data uji normalittas diatas memakai metode *Kolmogorov smirnov* dibisakan hasil signifikasi dari uji normalittas sebesar 0,937, dimana hasil tersebut lebih menonjol dari taraf signifikasi 0,05. Sehingga bisa diartikan uji normalittas pada penelitian ini yaitu terdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

**Table 4 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1 (Constant)	1.723	6.690		.258	.802		
kualitas produk	.360	.243	.383	1.479	.173	.951	1.052
desain alat music	.521	.299	.451	1.742	.115	.951	1.052

a Variabel Bawah: pilihan beli

Sumber: Data Olahan, 2021

Berlandaskan tabel 4 bisa disimak nilai *Tolerance* X_1 , dan X_2 , lebih menonjol dari $> 0,10$ maka bisa disebut tidak terjadi multikolonieritas. Sedangkan untuk nilai *VIF* lebih kecil dari $< 10,00$, maka bisa disebut tidak terjadi multikolonieritas.

Jadi pengaruh kualitas produk (X_1), desain alat musik (X_2), Dan keputusan pembelian pelanggan (Y) tidak terjadi gejala Multikolonieritas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Uji t(uji secara individu)

Table 5
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.723	6.690		.258	.802
	kualitas produk	.360	.243	.383	1.479	.173
	desain alat music	.521	.299	.451	1.742	.115

a Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Data Diolah, 2021

Berlandaskan analisis data dengan memakai SPSS 24. maka diperoleh hasil persamaan regresi seperti mana berikut: $Y = 1.723 + 0,360 X_1 + 0,521 X_2$

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Mengingat nilai Sig. Untuk pengaruh X1 terhadap Y yaitu ekuivalen $0,173 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,479 < 2,228$, maka sangat baik dapat diduga bahwa H1 ditolak yang berarti bahwa kualitas barang (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian. variabel pilihan (Y).

2) Pengujian Hipotesis Kedua(H2)

Mengingat nilai Sig. Pengaruh X2 terhadap Y sebesar $0,115 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,742 > 2,228$, sehingga cenderung beralasan bahwa H2 diakui, yang berarti terdapat pengaruh rencana instrumen (X2) terhadap pilihan pembelian (Y).

b. Diuji F

Table 6
Hasil Uji F(parsial)
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.152	2	9.576	3.345	.082(a)
	Residual	25.764	9	2.863		
	Total	44.917	11			

a Predictors:(Constant), desain alat musik, kualitas produk

b Dependent Variable: keputusan pembelian

Berlandaskan Rendemen di atas diketahui memiliki insentif kritis terhadap dampak X1 dan X2 sekaligus terhadap Y, yaitu $0,082 > 0,05$ dan nilai F yang ditentukan adalah $3,345 > F$ tabel 3,98, sehingga cenderung dianggap H3 ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh kualitas barang (X1) dan rencana barang (X2) selama pembelian (Y).

c. Koefesien Determinasi

Berlandaskan output di bawah diketahui nilai R Square sebesar 0,426. Hal ini mengandung arti pengaruh variabel kualitas produk dan desain alat musik (X1, dan X2) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 42,6%.

Tabel 7
Hasil Uji R Square
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.653(a)	.426	.299	1.692	2.158

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Tinjauan Ekonomi Syariah mengenai Jual Beli Alat Musik Panting

Memikirkan kemajuan pesat dalam berbagai bidang, musik yang pada awalnya dikenal sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, sebagai pengisi acara pada hari-hari ceria dan sebagai media untuk membantu instrumen klinis (perawatan musik), belakangan ini tampak bahwa keseluruhan yang semakin bergerak, musik telah dibuat menjadi musik. kebutuhan yang harus dipenuhi (esensial), saat ini tidak terbatas, musik telah berulang dari kota-kota yang jauh ke daerah metropolitan, dari kabin hingga penginapan bintang. Musik merupakan menu yang tidak sulit untuk didapatkan.⁹

Akibat dari hal ini adalah bergesernya kualitas moral dan budaya timur, organisasi yang bergerak di bidang musik berkembang pesat dari karaoke, ansambel, diskotik, dan berbagai tempat yang telah menambah pemisahan, mabuk-mabukan, taruhan, perselingkuhan dan demonstrasi korup lainnya, untuk contoh, Ini bukan tidak-tidak lagi, ini adalah sesuatu yang dikhawatirkan oleh Nabi Saw

Artinya: Akan datang pada umatku beberapa kaum yang menghalalkan zina sutra, khamr (minuman keras) dan alat musik, dan sungguh akan menetap beberapa kaum di sisi gunung, di mana (para penggembala) akan datang kepada mereka dengan membawa gembalaannya, datang kepada mereka -yakni si fakir- untuk sebuah keperluan, lalu mereka berkata, 'Kembalilah kepada kami esok hari.' Kemudian Allah menghancurkan mereka pada malam hari, menghancurkan gunung dan merubah sebagian mereka menjadi kera dan babi sampai hari Kiamat."

Dari beberapa tinjauan di berbagai bagian, kami telah menggambarkan berbagai pemikiran al-Ghazali sejauh musik, kemudian, pada saat itu kami akan meninjau substansi pertimbangannya (kerugian dan manfaat), sebagai berikut:

a) Kelebihan

⁹ Agus Purnomo, *Islam dan Konsep Welfare State Dalam Ekonomi Islam*. Jurnal Al Iqtishadiyah Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, 2 (2).

- 1) Al-Ghazali memiliki pilihan untuk mengungkapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan musik, instrumen, hukum mendengarkan, isi ayat, penampilan dan lain-lain dalam bahasa yang jelas dan sangat lugas.
 - 2) Al Ghazali juga menjelaskan dengan rinci manfaat musik terhadap jiwa.
 - 3) Untuk memperkuat argumentasinya, ia memanfaatkan teks-teks, baik Al-Qur'an maupun sunnah yang nyata, sebagaimana Ijmad dan Qiyas para peneliti terpilih.
 - 4) Al-Ghazali memiliki pilihan untuk meredakan kegaduhan diskusi antara kelompok fiqh dan tasawuf yang selama ini tampaknya tidak ada habisnya karena al-Ghazali adalah seorang ahli fiqh dan tasawuf.
- b) Kekurangan dari pemikiran imam al Ghazali:
- 1) Al-Ghazali juga memahami implikasi lahiriah/uniknya, dengan tujuan agar luasnya pembicaraan seolah-olah tidak ada perkembangan baru karena sangat lekat dengan nash-nash masa lalu.
 - 2) Al-Ghazali pada umumnya akan mengingkari dampak musik itu sendiri terhadap kebenaran kehidupan, selanjutnya semua nash, baik Al-Qur'an maupun As-Sunnah yang dijadikan hujjah oleh para peneliti yang mengharamkan musik, ia anggap haram jika sama sekali tabu.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Produk bagian dari komponen campuran promosi yang sangat penting karena produk tersebut akan dimakan oleh pelanggan, baik itu tenaga maupun produk. Untuk kehalusan tambahan, kami akan mensurvei definisi item. Barang adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk pertimbangan, permintaan, penggunaan atau pemanfaatan yang dapat memenuhi suatu kebutuhan atau kebutuhan. Kesan Kualitas Produk sangat penting untuk kondisi yang kuat terkait dengan item yang memenuhi atau melampaui asumsi pelanggan.

Kualitas kreasi adalah satu-satunya cara dapat diterima agar para pengerajin Muslim dapat terus menangani barang-barang mereka dan mencapai manfaat terbesar yang dapat dibayangkan dengan biaya yang paling rendah.

Produk dalam penelitian berlandaskan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk bisa disimak dari kemasan produk, desain produk, fitur produk, jaminan, dan lain-lain. Kualitas produk yang tinggi bisa memenuhi keinginan untuk mengulangi pembelian kembali yang lebih besar dari pelanggan serta menyebabkan keputusan pembelian. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja, dan mempunyai kaitan yang erat dengan keputusan keputusan. Ulasan ini menunjukkan mempertahankan kualitas produk yang baik akan menyerahkan keputusan keputusan pembelian.

Kualitas Produk yang diberikan, kualitas produk penting mempunyai daya tahan yang kuat bahan tidak mudah mengalami kerusakan dan kualitas barang penting bagian dari kualitas produk penting yang berkualitas sesuai dengan apa yang diperlukan dan diminati oleh pelanggan. Semakin bagus kualitas yang dijual, kualitas produk penting maka semakin bagus pula kualitas produk penting di mata pembeli, sebab pelanggan merasa barang tersebut sesuai dengan apa yang diperlukan dan diperlukan oleh pelanggan maka minat pelanggan untuk membeli produk penting tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk mempunyai nilai Signifikansi sebesar $0,173 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,479 < 2,228$, maka hipotesis menyatakan tidak mempunyai hubungan pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan di tempat Bapak Husni di Kota Banjarmasin.

3. Pengaruh Desain Terhadap Keputusan Pembelian

Konsekuensi dari penyelidikan pemeriksaan ini menunjukkan bahwa rencana tersebut mempengaruhi pilihan pembelian. Ini menunjukkan bahwa semakin baik rencana

yang ditawarkan oleh organisasi, semakin tinggi pilihan pembelian yang akan dilakukan klien di organisasi. Konfigurasi barang adalah untuk memberikan keunggulan pada suatu barang, sehingga pelanggan tertarik untuk membeli suatu barang atau administrasi. Semua bagian kehidupan adalah halal dalam Islam. Ini termasuk hukum keagungan. Keagungan sangat penting untuk sesuatu yang besar, memuaskan mata, dan Allah menyukai kesempurnaan

Selain itu, pemahaman konfigurasi item sangat berubah karena perkembangan panggilan ini di berbagai negara. Tokoh yang menilai pemikiran konfigurasi adalah Bruce Archer, menurut dia, rencana adalah jenis kebutuhan fisik manusia dan dunia lain yang digambarkan melalui berbagai bidang keterlibatan, bakat dan informasi yang mencerminkan perhatian tentang apresiasi dan transformasi elemen lingkungan mereka, terutama yang diidentifikasi dengan struktur, organisasi, yang berarti, penghargaan, dan berbagai tujuan barang-barang buatan.

Hasil penelitian menunjukkan variabel Desain produk mempunyai nilai Signifikansi sebesar $0,115 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,742 > 2,228$, sehingga bisa disimpulkan H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara desain alat musik terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian

Efek samping dari penyelidikan pengujian ini menunjukkan bahwa kualitas dan konfigurasi produk tidak memiliki dampak sinkron pada pilihan pembelian ($0,082 > 0,05$). Ini menggambarkan semakin desain dan kualitas produk yang baik belum tentu dipilih oleh konsumen, karena dimasa Pandemi Covid 19 perekonomian lagi menurun sehingga sebagian besar orang hanya memperhitungkan kegunaan suatu barang dan sedikit mengabaikan kualitas karena tidak mempunyai cukup uang untuk membeli alat musik yang mempunyai desain dan kualitas yang baik.

PENUTUP

Berlandaskan hasil penelitian yang telah dilaksanakan ini, bisa ditarik kesimpulan seperti mana berikut:

1. Garis besar kesepakatan dan perolehan instrumen penting sejauh Ekonomi Islam Imam Abu Hamid al-Ghazali mengizinkan penggunaan dan kesepakatan dan perolehan instrumen, mengingat fakta bahwa tidak ada larangan dalam Al-Qur'an dan hadits yang secara eksplisit menyangkal itu, selain penggunaan dan penawaran alat musik tiup kayu dan gitar yang digunakan dalam pembangkangan. Hal ini menyiratkan bahwa penghalauan tidak bergantung pada keunggulan suara yang muncul dari kedua instrumen tersebut
2. Kualitas produksi satu-satunya cara yang masuk akal agar para pembuat Muslim dapat terus menangani barang-barang mereka dan mencapai manfaat terbesar yang dapat dibayangkan dengan biaya yang paling rendah. Tidak terdapat pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pelanggan alat musik panting buatan Bapak Husni ditinjau dari Ekonomi Islam, Dalam pernyataan dari angket atau kuesioner peneliti diketahui Nilai kepentingan $0,173 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,479 < 2,228$, maka H_1 menyatakan tidak mempunyai hubungan pengaruh positif
3. Desain produk yaitu dengan menyerahkan keindahan pada suatu produk, supaya konsumen tertarik untuk membeli suatu produk atau jasa tersebut. Semua aspek kehidupan ada hukumnya dalam Islam. Termasuk di dalamnya yaitu hukum tentang keindahan. Keindahan bagian dari sesuatu yang baik, yang enak dipandang oleh indera penglihatan, dan Allah SWT menyukai keindahan Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan alat musik panting buatan Bapak Husni ditinjau dari Ekonomi Islam, Ternyata dari pernyataan angket atau kuesioner peneliti diketahui Signifikansi sebesar $0,115 < 0,05$ dan nilai

t hitung $1,742 > 2,228$, sehingga bisa disimpulkan H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara desain alat musik terhadap keputusan pembelian

4. Kualitas Produk dan Desain produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan alat musik panting buatan Bapak Husni ditinjau dari Ekonomi Islam sebesar $0,082 > 0,05$ dan nilai F hitung $3,345 > F$ tabel $3,98$, sehingga bisa disimpulkan H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas produk(X1) dan Desain produk(X2) secara simultan terhadap pembelian(Y).

DAFTAR PUSTAKA

Skripsi

Ulfa Madjid, "Suling Boloi' Seperti mana Alat Musik Tradisional Suku Rongkong Luwu Utara: Suatu Tinjauan Organologi" (Skripsi Fakultas Seni dan Desain, UNM, 2012).

Website

Akhmad Sholihin, *Pengertian Dan Sejarah Musik Panting Kalimantan Selatan*, Website <http://indoborneonatural.blogspot.com/2015/08/pengertian-dan-sejarah-musik-panting.html>, dikutip pada tanggal 15 april 2021. Wikipedia, *musik panting*, website https://id.wikipedia.org/wiki/Musik_Panting dikutip pada tanggal 12 Juli 2021

Buku

Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Raharja, Pratama. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: LP-FE UI, edisi 3

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, Cet. Ke 8

Jurnal

Sugiono, dan Wilson Setiawan. (2014). *Pengaruh Marketing mix terhadap keputusan pembelian toyota avanza tipe g di surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 2 (1).

Purnomo, Agus. (2015). *Islam Dalam Konsep Welfare State Dalam Ekonomi Islam*. Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, 2 (2).