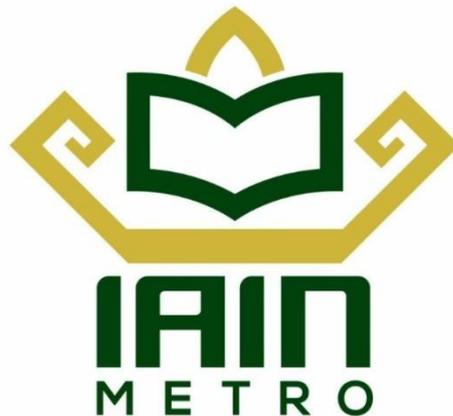


SKRIPSI
PERBANDINGAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)

Oleh:
RIZQI ROMADHONI
NPM. 1903012046



Jurusan Ekonomi Syariah
Falkutas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG
1444 H / 2023 M

**PERBANDINGA HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

RIZQI ROMADHONI

NPM. 1903012046

Pembimbing : Dharma Setyawan, M.A

Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1444 H/ 2023 M



**KEMETRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Kihajar Dewantara, kampus 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507, Faks (0725) 47296, Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: febiiaain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan skripsi untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di -
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara :

Nama : RIZQI ROMADHONI
NPM : 1903012046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PERBANDINGAN HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)

Di setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Untuk di munaqosyah kan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Metro, 29 Mei 2023
Pembimbing

Dharma Setyawan
NIP.19880529 2015031005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PERBANDINGAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
Skripsi KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN
MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS
ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai
Pempek Yasmin)
Nama : Rizqi Romadhoni
NPM : 1903012046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di munaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 29 Mei 2023



Dharma Setvawan, M.A
NIP. 19880529 201503 1005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmuyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iainmetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2190/In.28.3/D/PP-00.9/06/2023

Skripsi dengan judul : PERBANDINGAN HARGA, KUALITAS, PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin), disusun oleh : RIZQI ROMADHONI, NPM. 1903012046, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal : Jumat/ 09 Juni 2023.

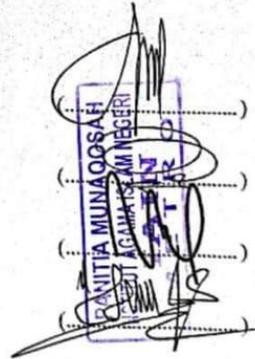
TIM PENGUJI

Ketua/ Moderator : Dharma Setyawan, M.A

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Upia Rosmalinda, M.E.I

Sekretaris : Anggoro Sugeng, M.Sh.Ec



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

**PERBANDINGAN HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)
Oleh :
RIZQI ROMADHONI**

Persaingan didunia bisnis tentulah wajar, untuk itu salah satu upaya yang dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan dan menentukan harga produk yang baik. hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan konsumen agar dapat menarik kembali pembeli dan mengimbangi persaingan bisnis yang ketat. Islam telah mengajarkan kepada umatnya bahwa setiap tindakan bisnis yang dilakukan telah ada etika bisnis islam yang mengaturnya. Tujuan penelitian ini untuk membandingkan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan ditinjau dari etika bisnis islam di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif atau penelitian lapangan, bersifat kualitatif secara komparatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan kedua pemilik usaha, konsumen, dan karyawan Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek yasmin.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa harga yang yang ditetapkan di Kedai Pempek Seminung dan Pempek Yasmin sudah terjangkau dan sesuai, sementara Dalam kualitas produk, kedua pemilik usaha sama-sama menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan halal untuk membuat produknya, namun di Kedai Pempek Yasmin mengalami komplain terkait produknya, sedangkan dalam kualitas pelayanan Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin sudah memperlakukan konsumennya dengan baik tetapi kedua tempat usaha masih terdapat kelainnya terkait dengan pelayanan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Etika Bisnis Islam, Kualitatif

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rizqi Romadhoni
NPM : 1903012046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 29 Mei 2023



Rizqi Romadhoni
Npm. 1903012046

MOTTO

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۙ﴾ ٩٠

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. An-Nahl ayat 90)

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah peneliti persembahkan unyuk kehadiran Allah SWT. Berkah Rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagian syarat memperoleh gelar Strata Satu Ekonomi Syariah (S.E). Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua yang terkasih dan tercinta, Ayahanda Ridwan dan Ibunda Suparti yang senantiasa dengan tulus ikhlas mendoakan dan membimbingku dengan kasih sayang yang luar biasa.
2. Adik saya Ajeng Dwi Kurniati yang selalu memberi semangat dan doa untuk keberhasilan skripsi ini.
3. Sahabatku dan teman-teman kelas A Ekonomi Syariah, yang selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga menyelesaikan pendidikan ini.
4. Serta almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini guna melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah (S.E), pada Jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikutnya, sebagai penyampaian risalah untuk menyelamatkan kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang membangun guna melengkapi skripsi ini. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian proposal ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.ag., PIA selaku Rektor Instituti Agama Islam Negeri Metro.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.ag., MH selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dharma Setyawan, M.A selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memotivasi sehingga terselesaikannya proposal skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing serta mendidik dan mengajarkan ilmu pengetahuan yang insya allah bermanfaat bagi penulis dan semoga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa untuk keberhasilanku.
7. MbK Rahma dan MbK Isti, Pemilik Usaha Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin yang memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan peneliti dalam skripsi ini.

Metro, Mei 2023


Ri Romadhoni
Npm. 1903012046

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGHANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Harga	11
1. Pengertian Harga	11
2. Indikator Harga	12
B. Kualitas Produk	13
1. Pengertian Kualitas Produk	13
2. Indikator Kualitas Produk	14
C. Kualitas Pelayanan	16
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2. Indikator Kualitas Pelayanan	17
D. Minat Konsumen	18
1. Pengertian Minat Konsumen	18
2. Indikator Minat Konsumen	19
E. Etika Bisnis Islam	20
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	20

2. Prinsip Bisnis Islam	21
BAB III METOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Sifat Penelitian	25
B. Sumber Data	26
1. Sumber Data Primer	26
2. Sumber Data Sekunder	27
C. Teknik Pengumpulan Data	27
1. Metode Wawancara	27
2. Dokumentasi	28
D. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	30
1. Kedai Pempek Seminung	30
2. Kedai Pempek Yasmin	32
B. Perbandingan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Konsumen di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin	33
C. Analisis Perbandingan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin	45
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Harga dan Menu di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin	4
Tabel 1.2. Data Pengunjung di Kedai pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin	5
Tabel 4.1 Macam-Macam Produk dan Jumlah Hasil Produk Dalam Sehari di Kedai Pempek Seminung	31
Tabel 4.2 Macam-Macam Produk dan Jumlah Hasil Produk Dalam Sehari di Kedai Pempek Yasmin	32

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Tugas
5. Surat Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-Foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini bisnis sedang mengalami perkembangan, salah satunya yakni bisnis di bidang kuliner. Usaha kuliner banyak dipilih para pelaku bisnis karena bisnis ini dinilai lebih mudah dilakukan dibandingkan dengan bisnis lainnya. Kemudahan dalam melaksanakan bisnis kuliner karena produk yang dijual adalah makanan, dimana produk tersebut merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Selain sebagai kebutuhan pokok, aspek pendukung perkembangan bisnis kuliner lainnya yakni kesibukan masyarakat. Masyarakat yang sibuk bakal menjadikan restoran atau rumah makan sebagai opsi dalam memenuhi kebutuhan pokok.

Persaingan didunia bisnis tentulah wajar, untuk itu salah satu upaya yang dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan dan menentukan harga produk yang baik. Dengan demikian, pebisnis harus memperhatikan faktor tersebut. Setiap bisnis harus meningkatkan kekuatan yang ada di dalam bisnisnya agar memunculkan keunikan dan perbedaan yang dimiliki usaha tersebut dibandingkan dengan pesaing, hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan konsumen agar dapat menarik kembali pembeli dan mengimbangi persaingan bisnis yang ketat.

Salah satu upaya dalam meningkatkan minat konsumen ialah menentukan harga yang baik. Menurut Kotler dan Amstrong bahwa harga yakni

sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk dan jasa.¹ Jadi harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Selain harga terdapat juga kualitas produk, kualitas produk salah satu upaya meningkat minat konsumen. Kualitas produk ialah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut Assauri, kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia.²

Selain kualitas produk, Kualitas Pelayanan juga salah satu upaya untuk meningkatkan minat konsumen. Kualitas pelayanan ialah sebuah kinerja yang ditawarkan seseorang kepada orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya dan mengimbangi harapan konsumen.³

Islam memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Didalam Al-Qur'an sering kali mengungkapkan bahwasanya pekerjaan dagang adalah sebuah pekerjaan yang paling menarik.

¹ Enos Korowa, Saontje Sumayku, and dkk, 'Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumenl (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado).', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 06.3 (2019), h. 28.

² Joko Bagio Santoso, 'Pengaruh Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun).', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.1 (2019), h.128.

³ Shandy Widjoyo Putro and others, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya', 2.1 (2020), 2.

Sebagaimana yang tercantum dalam Al Qur'an Surah Al-A'raf ayat 96.

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا
فَأَخَذْنَا مِنْهُم مَّا كَانُوا يَكْسِبُونَ (٩٦)

“Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya”. (Q.S Al-A'raf [7]: 96)

Ada beberapa hal dalam ayat Al-Qur'an diatas dikaitkan hal itu dengan menentukan harga, kualitas produk dan memberikan kualitas pelayanan yaitu dalam islam mengajarkan kepada umatnya agar setiap tindakan bisnis yang dilakukan selalu berpedoman dengan kaidah-kaidah islam. Hal itu dilakukan agar umat muslim tidak terjebak dalam hal yang dilarang oleh agama Islam.⁴

Dengan perubahan tersebut, pengusaha berusaha menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen dalam industri kuliner, Salah satunya yakni makanan pempek. Pempek merupakan makanan tradisonal dari Palembang Sumatra Selatan yang terbuat dari olahan tepung dengan campuran ikan. Bisnis ini bisa dikatadakan tetap eksis dan bisa berkembang sampai sekarang, bisa dilihat dari perkembangannya disetiap kota-kota bahkan sampai dipelosok desa-desa. Dalam penelitian ini peneliti melakukan peneltian di dua tempat usaha yang menjual poduk pempek yaitu Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin.

Usaha pertama yakni kedai Kedai Pempek Seminung, Kedai Pempek Seminung berada dikota Metro yang beralamat di Jl. Seminung No. 36 Kec. Metro Timur, dibelakang Rumah Sakit Permata Hati. Usaha pempek ini dirintis

⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, (Cirebon: Alfabeta, 2013) h. 38.

oleh mbk Rahma dari tahun 2014 dan mengalami perkembangan sehingga mendirikan Kedai Pempek Seminung pada tahun 2017. rumah makan ini menjual variasi menu pempek enak dan mempunyai cuko yang khas dilidah yang banyak digemari dan berkesan dimasyarakat serta hidangan yang ditawarkan juga dengan harga terjangkau dengan rasa terbaik. Saat ini Kedai Pempek Seminung mempunyai karyawan tetap yang berjumlah 10 orang dan mempunyai omset perhari kurang lebih sebesar Rp 4.500.000 – Rp. 5.000.000 dan mendapat pendapatan bersihnya sekitar Rp. 1.800.000

Usaha Kedua yakni Kedai Pempek Yasmin, Kadai Pempek Yasmin berada dibatanghari bertempat di pasar templek Batanghari. Usaha ini dirintis oleh mbk Isti dengan suaminya mas Yazid pada tahun 2020. Kedai pempek yasmin ini mejual variasi makanan pempek dan harganya ditawarkan cukup terjangkau. Saat ini kedai pempek yasmin mempunyai karyawan 3 orang dan mempunyai omset perhari kurang lebih sebesar Rp 1.000.000 – 1.410.000 hasil jualan tersebut mendapat keuntungan kurang lebih sekitar Rp. 500.000 – Rp. 700.000.

Berikut harga yang ditawarkan Kedai pempek seminung dan Kedai Pempek Yasmin sebagai berikut:

Tabel 1.
Daftar Harga Pempek Seminung dan Pempek Yasmin

No	Jenis Makanan	Harga Pempek Seminung	Harga Pempek Yasmin
1	Pempek Kecil	Rp.1.000	Rp.1.000
2	Tekwan	Rp.7.000	Rp.10.000
3	Pempek Lenggang	Rp.8.000	Rp.8.000
4	Selam	Rp.10.000	Rp.10.000

Dari data tersebut bahwa produk yang dijual sama namun terlihat perbedaan harga yang signifikan yaitu harga tekwan sebesar Rp.7.000 pada Pempek Seminung sedangkan harga tekwan pada Pempek Yasmin sebesar Rp.10.000.

Salah satu penilaian yang menjadi sasaran dalam strategi pemasaran ialah dengan meningkatkan minat kembali beli konsumen, secara sederhana minat kembali konsumen adalah seorang konsumen merasa puas dan ingin melakukan pembelian kembali akan produk. Minat beli konsumen bisa dilihat dari data pengunjung berikut ini.

Tabel 1.2
Data Pengunjung di Kedai Pempek Seminung dan
Kedai Pempek Yasmin Tahun 2022

No	Bulan	Pengunjung Kedai Pempek Seminung	Pengunjung Kedai Pempek Yasmin
1.	Januari	1.690 orang	650 orang
2.	Februari	1.440 orang	552 orang
3.	Maret	1.820 orang	576 orang
4.	April	3.600 orang	1.200 orang
5.	Mei	750 orang	425 orang
6.	Juni	1.820 orang	520 orang
7.	Juli	2.125 orang	875 orang
8.	Agustus	1.430 orang	520 orang
9.	September	1.300 orang	468 orang
10.	Oktober	1.300 orang	520 orang
11.	November	1.820 orang	780 orang
12.	Desember	2.340 orang	910 orang

Sumber: Data Diolah

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pengunjung Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin mengalami naik turun. Menurut kedua pemilik usaha dikarenakan perihal tersebut tergantung pada hari-hari besar seperti hari raya idul fitri atau tahun baru. Pengunjung pada kedai Pempek

Seminung tertinggi dibulan April yakni mencapai 3.600 orang pengunjung dan terendah dibulan Mei yakni hanya 750 orang pengunjung. Sedangkan pengunjung di kedai Pempek Yasmin tertinggi dibulan April 1.200 orang pengunjung dan terendah dibulan Mei yakni hanya 520 orang pengunjung.

Berdasarkan tabel data diatas terdapat perbedaan pengunjung antara Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin yang sangat signifikan di setiap bulannya dan mempunyai omset yang berbeda, secara kenyataannya dua kedai tersebut menjual produk dan harga yang sama. Demikian dengan uraian diatas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perbandingan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin).”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Perbandingan Peran Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)”?**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam hakikatnya yakni untuk mengetahui apa yang akan dicapai, dan menaruh liputan berdasarkan pengumpulan data yang akan dilakukan. Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin

dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Perbandingan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin).

2. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai perbandingan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat konsumen ditinjau dari etika bisnis islam (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin) ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secarah teoritis dapat dijadikan sebagai bahan refrensi dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembaca dan sebagai bahan informasi bagi penelitian lebih lanjut.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan keterangan yang berguna dan bisa dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan kegiatan perusahaan dimasa kini juga dimasa yang akan datang. Serta informasi yang didapatkan bisa diimplementasikan pada penyusunan perusahaan guna menaikkan minat konsumen sesuai dengan etika Islam. Selain itu, untuk meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan fenomena dilapangan.

D. Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan meliputi uraian hasil penelitian sebelumnya tentang pokok bahasan yang diteliti. Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, ditemukan beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan peneliti, yaitu:

Penelitian yang dilakukan Arif Rusdianto (2020) yang berjudul “*Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Komparatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari)*”.

Penelitian ini membahas tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret dan Alfamart Batanghari. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor harga dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena menurut konsumen kualitas pelayanan yang ada di indomaret lebih baik dibandingkan dengan Alfamart.⁵

Penelitian Arif Rusdianto memiliki kesamaan dalam hal harga dan kualitas pelayanan, dan metode yang digunakan sama yakni kualitatif serta membandingkan objek satu dengan lainnya, namun terdapat perbedaan peneliti sebelumnya tidak membahas kualitas produk dan etika bisnis islam.

Penelitian yang dilakukan Yun Farida (2018) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Konsumen berbelanja dalam prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Alfamart Di Kec. Purbolinggo)*”.

Dengan menggunakan metode analisa kualitatif dan bersifat deskriptif kualitatif.

⁵ Arif Rusdianto, *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Komparatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari)*, Skripsi IAIN Metro Tahun 2020.

Penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan dalam berbelanja di alfamart Kec. Purbolinggo. Adapun hasil dari penelitian ini tersebut bahwa kualitas pelayanan termasuk salah satu yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja, sementara dalam prespektif islam masih ada tindakan yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam.

Penelitian Yun Farida memiliki kesamaan dalam hal metode yang digunakan yakni kualitatif dan membahas kualitas pelayanan serta presepektif etika bisnis islam, namun terdapat perbedaan penelitian sebelumnya tidak membahas peran harga dan kualitas produk serta peneliti sebelumnya membandingkan objek satu dengan lainnya.⁶

Penelitian yang dilakukan Fitriyanur (2020) yang berjudul “*Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lesehan Dapur M’riah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi*”. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lesehan Dapur M’riah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Adapun hasil penelitian tersebut bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁷

⁶ Yun Farida, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Konsumen berbelanja dalam prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Alfamart Di Kec. Purbolinggo*, Skripsi IAIN Metro Tahun 2018.

⁷ Fitriyanur, *Pengaruh Harga Kaulitas Produk, dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lesehan Dapur M’riah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi* , Skripsi UIN Sultan Thaha Saifuddin Tahun 2020.

Penelitian Fitriyanur memiliki kesamaan dalam hal harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, namun terdapat perbedaan penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif dan tidak membahas perspektif dari etika bisnis Islam dan penelitian sebelumnya tidak membandingkan objek satu dengan lainnya

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah peneliti paparkan di atas, memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang diajukan peneliti, secara keseluruhan metode yang digunakan hampir sama. Namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah ditinjau dari lokasi penelitian yang dimana tentu saja memiliki karakteristik permasalahan yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Terdapat juga perbedaan dari penelitian ini dengan sebelumnya ialah bahwa penelitian sebelumnya membahas tentang kepuasan konsumen, namun peneliti membahas tentang minat konsumen dan etika bisnis dalam perspektif Islam.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga

1. Pengertian Harga

Dalam menjelaskan harga tentulah banyak penjelasan mengenai harga, didalam ekonomi, definisi dari harga, nilai (*value*), dan *utility* ialah konsep yang saling bersangkutan. *Value* merupakan nilai suatu produk yang ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan *utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan mememuaskan konsumen. Saat ini perekonomian kita tidak lagi menggunakan barter tetapi kita sudah menggunakan uang sebagai satuan ukuran yang disebut dengan harga. Jadi harga yakni nilai suatu produk yang dinyatakan atas uang.¹

Menurut Tjiptono, harga yakni satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang dibayar agar memperoleh kewenangan atas kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.²

Menurut Kotler dan Amstrong, harga yakni besaran uang yang dibebankan pada entitas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang

¹ Andi Mappatompo, *Manajemen Pemasaran Produk Dan Jasa* (Makassar: LPP Unismuh Makassar, 2022), h. 58.

² Dadang Suparman, 'Pengaruh Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Alfamart Stupa Kota Sukabumi', *Jurnal Ekonomedia*, 11.1 (2022), h. 27.

ditukar konsumen atas kegunaan karena menggunakan produk atau jasa tersebut.³

Menurut Wiliam J. Stanton, Harga yakni sebagai jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.⁴

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa harga ialah besaran uang atau nilai tukar atas barang atau jasa yang memberikan kegunaan bagi konsumen.

2. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, ada empat indikator yang mencirikan harga diantaranya:⁵

- a. Keterjangkauan harga merupakan daya beli kosumen atas harga yang ditetapkan oleh produsen
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang dijual
- c. Daya saing harga. Bagaimana perbandingan harga dengan produk pesaing. Kesesuaian harga dengan manfaat. Manfaat dari produk yang dijual dapat bermanfaat bagi konsumennya.

³ Kelvin Priliano, Andriasan Sudarso, and Fajrillah, 'Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada', *Journal of Business and Economics Research*, 1.1 (2020), h. 3.

⁴ Salman Paludi dan Rahmah Juwita, 'Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18.1 (2021), h. 44.

⁵ Sri Ekowati dkk, 'Pengaruh Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu', *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam*, 3.1 (2020), h. 111.

B. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas ialah sejauh produk tersebut memenuhi spesifikasinya.⁶ Menurut Kotler, definisi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.⁷

Kotler dan Armstrong mengemukakan kualitas produk ialah sekelompok atribut penting dalam suatu produk akan mempengaruhi sikap puas/ ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.⁸

Maka dari itu memperbaiki kualitas produk sangatlah perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Khususnya bagi mereka yang ingin mempejrtahankan perusahaanya dalam pertumbuhan ekonomi dipasar global.

Dalam ekonomi Islam, kualitas produk mengacu pada produksi. Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang dirasakan oleh konsumen. Dari sudut pandang Islam, mengejar keuntungan tidak dilarang, tetapi produksi tidak hanya bertujuan untuk mencari

⁶ Rambat Lupiada dan Hadani A., *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), h. 175.

⁷ Rani Puspa, Anggrian Permana, and Erika Karunia, 'Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K-Store Krakatau Junction', *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13.2 (2020), 212.

⁸ Monika Maria dan Mohamad Yusak A, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan King Cake', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 06.1 (2018), h. 12.

keuntungan sebanyak mungkin. Dalam ekonomi Islam, tujuan utama produksi adalah kesejahteraan individu dan masyarakat secara seimbang. Memang, Islam menerima motif produksi. Hanya Islam yang menambahkan nilai moral pada manfaat ekonomi sebagai motif sistem ekonomi tradisional. Bagi Islam, bahwa produksi tidak hanya untuk konsumsi dan penjualan pribadi, tetapi juga aktivitas produktif harus melayani fungsi sosial.⁹ Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah Surat Al-Hadid ayat 7:

آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَحْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ (٧)

“Berimanlah kamu kepada Allah dan Rafsul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.” (Qs. Al-Hadiid (57) :7).

2. Indikator Kualitas Produk

Menurut Garvin, ada delapan aspek kualitas produk, dan karakteristik yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk sebagai berikut:¹⁰

- a. *Performance* (kinerja), karakteristik pokok dari produk inti yang sudah dibeli contohnya kecepatan, kemudahan serta kenyamanan yang sudah diberikan perusahaan.

⁹ Idri, *Hadis Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h. 63.

¹⁰ Rianty Buana Pertiwi dan Yuyu Rahayu, ‘Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Regadap Keputusan Pembelian Sandal Wanita Merek Cardinal Di Wilayah Kota Bandung’, *Jurnal Sain Manajemen*, 2.2 (2020), h. 3.

- b. *Features* (keistimewaan atau identitas), karakteristik sekunder ataupun pelengkap dari suatu produk.
- c. *Reability* (keandalan), kemungkinan kecil dari produk yang hadapi kerusakan.
- d. *Conformance specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), kesesuaian karakteristik desain dan operasi telah memenuhi standart yang sudah ditetapkan.
- e. *Durability* (Daya tahan), seberapa lama produk tersebut bisa digunakan oleh konsumen.
- f. *Servicetability* (kemampuan pelayanan), melalui kecepatan, kenyamanan serta penanganan keluhan yang memuaskan. Misalnya pelayanan yang diberikan bukan dhanya sekali konsumen membeli produk tetapi mencakup kesediaan seberapa banyak konsumen membeli dengan pelayanan yang memuaskan.
- g. *Asthetics* (estetika), ialah daya tarik terhadap panca indera contohnya wujud model produk yang terkini, warna yang cocok serta sebagainya.
- h. *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan), ialah citra serta reputasi produk dari suatu perusahaan. Misalnya minimnya pengetahuan konsumen hendak atribut dari kualitas produk sehingga konsumen berpresepsi jika kualitas dari aspek harga ataupun nama merk.

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki banyak interpretasi dengan definisi yang berbeda-beda. Salah satu dari elemen yang sangat penting untuk diperhatikan konsumen saat membeli suatu produk adalah kualitas pelayanan sebelum dan sesudah membeli produk tersebut.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.¹¹

Menurut Kotler dan Keller, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain dan dapat berupa tindakan ataupun yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan apapun dan terhadap siapapun.¹²

Dari beberapa definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan merupakan rangkaian upaya suatu perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan tentang pelayanan yang diterimanya sehingga pada akhirnya perusahaan tersebut dapat bertahan di pasar dan memperoleh kepercayaan dari konsumen.

2. Indikator Kualitas Pelayanan

¹¹ Albina Anim dan Ni Luh Putu Indiani 'Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Star Up Coffe Renon Denpasar)', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5.1 (2020), h. 102.

¹² Muhammad Iqbal dan dan Abdul Kadir, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 5.2 (2019), 30.

Menurut Subagyo kualitas pelayanan merupakan suatu yang kompleks, sehingga untuk menentukan sejauh mana kualitas dari pelayanan tersebut, Kualitas pelayanan tercemin melalui lima indikator, diantaranya:¹³

a. Berwujud (*tangibles*)

Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Maka dari itu, penting bagi perusahaan memberikan kesan baik terhadap kualitas layanan kepada konsumen.

b. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan handal dan akurat.

c. Daya Tangkap (*responsive*)

Kesadaran atau keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada akurasi dan responsif terhadap keinginan pelanggan.

d. Kepastian (*assurance*)

Pengetahuan, sopan santun dan kemampuan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini meliputi sudut pandang dari pengetahuan yang dimiliki karyawan dan memperlakukan sikap baik terhadap konsumen.

¹³ Rangga Maulana and others, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Menggunakan Metode Service Performancfe (Studi Kasus: Taman Air Gua Sunyagi)', *Jurnal DIGIT*, 12.1 (2022), 45.

e. Empati (*emphaty*)

Sikap kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepadakonsumen. Hal ini menunjukkan layanan pada konsumen melalui layanan khusus.

D. Minat Konsumen

1. Pengertian Minat Konsumen

Minat pembelian, menurut Howard dan Sheth ialah suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen guna membeli produk tertentu dan banyak unit produk yang dibutuhkan pada waktu tertentu.¹⁴ Menurut Assael bahwa minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.¹⁵

Menurut Kotler dan Keller, minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, mengkonsumsi, atau bahkan menginginkan suatu produk.¹⁶ Swastha dan Irawan menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen berhubungan dengan perasaan emosi. Bila seseorang merasa senang dan puas membeli barang atau jasa minat membeli, maka

¹⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), p. 164.

¹⁵ Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran Dan Komunikasi, Kontemporer* (Bandung: Pustaka Setia, 2019), h. 132.

¹⁶ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2009), p. 181.

seseorang akan memiliki hasrat yang kuat untuk membeli, sebaliknya jika ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Jadi tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari keperluan dan hasratnya.¹⁷

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dipahami bahwa minat beli konsumen adalah pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap suatu barang, kemudian minat tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang menyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau membelinya.

2. Indikator Minat Konsumen

Menurut Kotler dan Keller, minat beli dapat diklasifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:¹⁸

- a. Minat transaksional, yakni kebiasaan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refensial, yakni kebiasaan seseorang untuk merefensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat prefensial, yakni minat yang mencerminkan karakter seseorang yang memiliki prefensi utama dengan produk tersebut. Prefensi dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
- d. Minat eksploratif, yakni minat yang mencerminkan perilaku seseorang yang sering mencari informasi perihal produk yang diminatinya dan

¹⁷ Arum Wahyuni Pubohastuti and Asmi Ayuning Hidayah, 'Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser', *Jurnal Bisnis Terapan*, 4.1 (2020), 38.

¹⁸ Nora Pitri Nainggolan dan Heryenzus, 'Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam', *Journal of Accounting & Management Innovation*, 2.2 (2018), 143.

menggali informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

E. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani, *Ethos* (Tunggal) yang berarti sifat atau kebiasaan hidup yang baik kepada diri seseorang dan masyarakat yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Etika merupakan konsep mengenai ketentuan moral, benar atau salah dan tanggung jawab serta selaku keharusan watak moralitas atau aksi kehidupan yang baik secara moral.¹⁹

Secara historis, kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” mengerjakan aktifitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat.²⁰

Menurut Agustin, bisnis syariah adalah bisnis yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah SWT untuk mendapatkan ridhanya. Dari penafsiran tersebut bisnis berbasis syariah ialah bisnis yang berlandaskan syariah Islam, dimana seluruh aktivitas bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan ketentuan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis

¹⁹ Dadang Husen Soban, *Studi Kelayakan Bisnis* (Bandung: Pustaka Setia, 2018), h. 13.

²⁰ Saban Echdar dan Maryadi, *Etika Bisnis Dan Kewirausahaan* (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), h. 18.

Islam, seluruh hasil usaha yang telah dilakukan selalu mengingat dan menyerahkan kepada Allah SWT.²¹

Etika bisnis dalam Islam memosisikan bisnis sebagai usaha manusia guna mencari keridhaan Allah swt. Dan dalam melakukan bisnis hendaknya pelaku bisnis bertumpu pada prinsip prinsip etika bisnis yaitu menyangkut baik atau tidak baik, halal dan haram dalam melakukan berbisnis.

Firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. Annisa ayat 29).*²²

Islam sangat menekankan nilai etika dalam kehidupan manusia sebagai satu jalan, pada dasarnya islam merupakan kode perilaku etika dan normal bagi kehidupan manusia. Konsep etika dalam islam bukan hanya bersifat relatif saja tetapi bersifat abadi dan mutlak.

2. Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam Islam, etika bisnis islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi.

²¹ Risma Nur Maulidya, dkk, 'Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11.2 (2019), h. 224.

²² Nasruddin dan dan Ernawati Aziz , *Etika Islam Dalam Berbisnis* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2014), h. 33.

Manusia bebas melaksanakan aktivitas ekonomi guna meningkatkan taraf hidupnya. Etika dalam bisnis islam mempunyai 5 (lima) prinsip dasar diantaranya:²³

a. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan adalah kesatuan sebagaimana tereflesikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek – aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi kesatuan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Berlandaskan konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan.

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Konsep keadilan dalam ekonomi adalah islam mengharuskan setiap orang untuk mendapatkan haknya dan tidak untuk mengambil hak orang lain. Dalam bereaktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak sesuai.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan ialah bagian berarti dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untk aktif berkarya serta bekerja dengan seluruh kemampuan

²³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam: Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45.”

yang dimilikinya.. Kecendrungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhann pribadinya yang tak terbatas dikendalikan denagan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melauai zakat, infak dan sedekah.

d. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanpggungjawaban tindakan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran diartikan sebagai hasrat, perilaku dan sikap benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau mendapatkan komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya mencapai atu menetapkan keuntungan.

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian satu pihak yang melakuakan transaksi, kerjasama atu perjanjian dalam bisnis.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*Free will*), tanggung jawab (*responbility*), dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran. Apabila prinsip-prinsip tersebut dipahami oleh pelaku bisnis maka usaha yang dijalankan akan diberikan kelancaran dan diridhai oleh Allah Swt.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif atau penelitian lapangan, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari kasus.¹

Dengan demikian, penelitian kualitatif didasarkan pada deskriptif yang jelas dan detail, karena menjawab pertanyaan apa, mengapa, dan bagaimana. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah empiris, dimana peneliti mencari sumber-sumber dari data yang berasal dari lapangan. Dimana data tersebut di ambil dari tempat kejadian langsung melalui observasi dan wawancara langsung agar data yang didapat dapat dipertanggung jawabkan.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah kualitatif secara komparatif, yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk membandingkan dua atau tiga kejadian dengan melihat fenomenanya.²

Sedangkan pendekatan yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode empiris normative, yaitu penelitian dengan

¹ K. Abdulllah, *Berbagi Metologi Dalam Penelitian Pendidikan Dan Manajemen* (Gowa: Gunadarma Ilmu, 2017), h. 204.

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 311.

sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya, yang berdasarkan fakta yang ada di lapangan dan disesuaikan dengan kaidah dan norma serta teori-teori yang semestinya.

B. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.³ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ada 2 (dua) yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung dan diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan yang khusus. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling dalam menentukan narasumber. Sampel aksidental (*accidental sampling*) adalah metode penentuan sampel yang didasarkan secara kebetulan, tanpa ada pertimbangan apapun. Yang dimaksud unsur kebetulan adalah siapa saja yang secara kebetulan dapat ditemui dengan pewawancara atau peneliti.⁴ Peneliti mengambil sampel konsumen secara kebetulan yang ditemui peneliti. Serta menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yakni teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁵ Peneliti mengambil sampel pemilik usaha, 5 karyawan, dan 4 konsumen Pempek Seminung, sedangkan di Kedai Pempek Yasmin peneliti mengambil sampel pemilik usaha dan 2 karyawan, dan 4 Konsumen Pempek Yasmin.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 172.

⁴ Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2013), 173

⁵ Husain Umar, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h.39

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dan digali dari sumber kedua. Dapat dikatakan bahwa data sekunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Data-data yang menjadi sumber pelengkap dalam penelitian ini adalah buku dan jurnal. Buku yang berkaitan dengan permasalahan tersebut di antara lain buku Abdul Aziz (Etika Bisnis Islam), Joko Rizkie Widokarti (Kosumen pemasaran, Komunikasi Kontemporer), Andi Mappatempo (Manajemen Pemasaran Produk Dan Jasa) dan jurnal-jurnal terkait dengan peran harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.⁶

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian di antara lain:

1. Metode Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁷ Dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam mengintersipkan situasi dan fenomena yang terjadi, yang tidak bisa ditemukan melalui observasi.⁸

⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 62.

⁷ *Ibid.*, h. 80

⁸ Boedi Abdullah dan Ahamad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)* (Bandung: Pustaka Setia, 2014) h. 207-208.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara tak berstruktur. Wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpul datanya. Dalam metode ini peneliti akan mewawancarai secara langsung kepada pemilik usaha dan konsumen Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin. Guna untuk mendapatkan informasi secara lebih jelas.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Metode dokumentasi berarti metode yang digunakan untuk menelusuri data historis dan mencatat data-data yang sudah ada.⁹

Dokumentasi yang peneliti pergunakan adalah dokumen-dokumen pribadi milik narasumber sebagai sumber data tambahan. Dokumentasi yang berkaitan penelitian ini seperti daftar harga produk, dan data pengunjung selama tahun 2022.

D. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dan menemukan pola, memilah-memilah menjadi satuan yang dapat

⁹ Ariffudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia) h. 131.

dikelola, menemukan hal penting dan apa yang dipelajari dalam memutuskan apa yang diceritakan orang lain. Adapun tahapan analisis data kualitatif diantara lain:¹⁰

1. Mencatat hal yang dapat menghasilkan catatan lapangan dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri
2. Mengumpulkan, memilah-milah, dan mengklarifikasi
3. Berpikir dengan jalan membuat agar kategori itu mempunyai makna, mencari, dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan sudah membuat temuan-temuan umum.

Peneliti menggunakan cara berpikir induktif untuk menganalisis data dengan mengambil kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menuju kesimpulan yang bersifat umum.¹¹ Dapat diketahui bahwa ada yang mengemukakan proses dan ada juga yang menjelaskan komponen-komponen yang perlu ada didalam suatu analisis data.

¹⁰ Lexy J Moleng, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Pustaka Setia, 2016), h. 249.

¹¹ Nana, *Tuntutan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru Algosindo, 2013), h. 7

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kedai Pempek Seminung

Usaha pempek ini pertama kali dirintis oleh Ibu Rahmawati pada tahun 2014 di Kota Metro Lampung. Berawal dari menawarkan produknya ke teman kantor suaminya, dan menitipkan di warung-warung hal tersebut disambut positif oleh pelanggannya karena pempek enak dan cukonya juga pas dilidah, sehingga banyak disukai pelanggannya, dan pelanggannya menyarankan untuk mendirikan rumah makan sendiri untuk pempeknnya.

Pada tahun 2017 Rahmawati dan suaminya mendirikan rumah makannya sendiri di warung kecil yang kosong milik mertuanya dan memberi nama Kedai Pempek Seminung. Pada tahun pertama pelanggannya cukup ramai karena orang-orang pada penasaran tentang pempek yang enak dan murah yang ada di Kota Metro, dari mulut-kemulut orang membicarakan hal tersebut, sehingga pelanggan kedai pempek seminung semakin banyak dan usahanya semakin berkembang sampai sekarang dan memperbesar kedainya sedikit demi sedikit.

Kedai Pempek Seminung ini beralamat Jl Seminung no. 36, Kelurahan Yosorejo, Kecamatan Metro Timur, tepatnya di belakang Rumah Sakit Permata Hati. Kedai Pempek Seminung ini menjual makanan khas Palembang seperti pempek, lenggang, dan tekwan. Bahan-bahan yang digunakan untuk

membuat makanan di kedai pempek seminung juga sangat diperhartikan ke halalannya.¹

a. Macam-Macam Produk

Berikut adalah macam-macam produk pempek seminung dan hasil produksinya dalam sehari.

Tabel 4.1

**Macam-Macam Produk dan Jumlah Hasil Produk Dalam Sehari
di Kedai Pempek Seminung**

No	Nama Produk	Harga	Kg	Perbiji
1	Pempek Kecil	Rp. 1.000	22 Kg	3.520 Biji
2	Pempek Kulit	Rp. 1.000	4 Kg	600 Biji
3	Tekwan	Rp. 10.000	4 Kg	60 Porsi
4	Pempek Kapal Selam	Rp. 10.000	2,5 Kg	50 Biji
5	Lenggang	Rp. 8.000		

Semua Produk di Pempek seminung adalah produk andalanya, tetapi pempek kecil dan pempek kulit merupakan produk terlaris karena pempek kecil selain murah juga untuk dibuat oleh-oleh para pelangganya. Dalam sehari pempek seminung bisa memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp. 4.500.000 – Rp. 5.000.000, dan mendapat pendapatan bersihnya sekitar Rp. 1.800.000.²

b. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

¹ MbK Rahma, Wawancara kepada Pemilik Usaha kedai Pempek Seminung, Tanggal 5 Mei 2023.

² MbK Rahma, Wawancara kepada Pemilik Usaha kedai Pempek Seminung, Tanggal 5 Mei 2023.

Pemilik Usaha	: Rahmawati
Kasir	: Rani
Pelayan	: Leli, Zakia, Iin, dan Dewi
Bagian Produksi	: Ridwan, Suparti, Nurma, Uswatun, dan Sukarti. ³

2. Kedai Pempek Yasmin

Bermula dari mbk Isti yakni seorang karyawan rumah makan pempek dan ia berkeinginan membuka usaha sendiri. Berbekal pengetahuan untuk membuat pempek dan bisa melayani orang lain di tempat kerjanya dahulu serta di daerahnya tidak ada yang menjual pempek hal ini membuat ia melihat peluang dan mbk isti dan suaminya mas Yazid nekat untuk membuka usaha sendiri pada tahun 2020.

Kedai Pempek Yasmin ini terletak jl sma negeri, Desa Balai Kencono, Batanghari Lampung Timur tepatnya di Pasar templek 48, Kedai Pempek Yasmin ini menjual variasi makanan pempek Palembang seperti pempek kecil, lenggang dan tekwan serta harganya ditawarkan juga terjangkau.⁴

a. Macam-Macam Produk

Berikut adalah macam-macam produk pempek seminumg dan hasil produksinya dalam sehari.

³ MbK Rahma, Wawancara kepada Pemilik Usaha kedai Pempek Seminumg, Tanggal 5 Mei 2023.

⁴ MbK Isti, Wawancara kepada Pemilik Usaha kedai Pempek Yasmin, Tanggal 22 Mei 2023.

Tabel 4.2

**Macam-Macam Produk dan Jumlah Hasil Produk Dalam Sehari
di Kedai Pempek Yasmin**

No	Nama Produk	Harga	Kg	Perbiji
1	Pempek Kecil	Rp. 1.000	5 Kg	1.000 Biji
2	Pempek Kulit	Rp. 1000	1 Kg	170 Biji
3	Tekwan	Rp. 10.000	2 Kg	30 Porsi
4	Pempek Kapal Selam	Rp. 10.000	1 kg	24 biji
5	Lenggang	Rp. 8.000		

Semua produk di Pempek Yasmin adalah produk andalanya, tetapi pempek kecil dan tekwan merupakan produk terlaris di Kedai Pempek Yasmin. Dalam sehari Pempek Yasmin bisa memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp. 1.000.000 – Rp 1.410.000 dan mendapat pendapatan bersihnya sekitar Rp. 500.000 – Rp. 700.000.⁵

b. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Pemilik Usaha : Istiqomah

Pelayan : Irma dan Mega

Bagian Produksi : Sumirah⁶

B. Perbandingan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Konsumen di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin

⁵ MbK Isti, Wawancara kepada Pemilik Usaha kedai Pempek Seminung, Tanggal 22 Mei 2023.

⁶ MbK Isti, Wawancara kepada Pemilik Usaha kedai Pempek Seminung, Tanggal 22 Mei 2023.

Pada penelitian ini peneliti mengadakan wawancara dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin untuk mengetahui perbandingan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat konsumen sesuai dengan etika bisnis islam.

1. Harga

Berdasarkan teori tentang harga, perlu diketahui bahwa terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi harga yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan produk serta kesesuaian harga dengan seminung manfaat produk. Berkaitan dengan penjelasan tersebut peneliti melakukan wawancara 4 konsumen dan pemilik usaha Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin.

Berikut adalah hasil wawancara dengan pemilik usaha dan 4 konsumen Kedai Seminung terkait dengan harga.

Berdasarkan hasil wawancara kepada MbK Rahma selaku pemilik usaha mengatakan, bahwa ia sudah mempertimbangkan dalam menentukan harga dengan kualitas produk yang diberikan kosumen agar konsumen merasa puas. Berikut adalah harga yang ditawarkan Kedai Pempek Seminung.⁷

No	Jenis Makanan	Harga Pempek Seminung
1	Pempek Kecil	Rp.1.000
2	Tekwan	Rp.7.000

⁷ MbK Rahma, wawancara dengan Pemilik Usaha Kedai Pempek Seminung, Tanggal 5 Mei 2023

3	Pempek Lenggang	Rp.8.000
4	Pempek Kapal Selam	Rp.10.000

Berikut hasil adalah wawancara dengan Konsumen Seminung terkait dengan harga.⁸

- a. Aan selaku konsumen pempek seminung mengatakan bahwa harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan tidak memberatkan konsumen serta sesuai dengan harapan konsumen.
- b. Ibu Ita salah satu konsumen mengatakan harga yang juga ditawarkan relatif murah dan rasanya sesuai dengan keinginannya.
- c. MbK Vera selaku konsumen pempek seminung mengatakan bahwa harga yang ditawarkan murah selain itu juga tempatnya pas untuk makan bersama keluarga.
- d. Ibu Ira selaku konsumen pempek seminung, mengatakan bahwa harga yang ditawarkan sudah murah dan tidak mahal.

Berikut adalah hasil wawancara pemilik usaha dan 4 konsumen di Kedai Pempek Yasmin.

Berdasarkan hasil wawancara kepada MbK Isti selaku pemilik usaha mengatakan bahwa harga yang sudah yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga yang dipasaran dan harga yang ditetapkan juga sesuai sudah

⁸ Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Seminung, pada tanggal 21 Mei 2023.

disesuaikan dengan perkiraan oprasional.⁹ Berikut adalah harga yang ditawarkan Kedai Pempek Yasmin.

No	Jenis Makanan	Harga Pempek Yasmin
1	Pempek Kecil	Rp.1.000
2	Tekwan	Rp.10.000
3	Pempek Lenggang	Rp.8.000
4	Pempek Kapal Selam	Rp.10.000

Berikut hasil wawancara konsumen Pempek Yasmin terkait dengan harga¹⁰.

- a. Ibu Ratna kselaku konsumen pempek yasmin menurutnya harganya relatif murah dan sama seperti ditempat lainnya pada umumnya.
- b. Bapak Yusuf selaku konsumen mengatakan bahwa harga yang yang ditawarkan murah dan sesuai dengan produk yang didapatkan.
- c. Ibu Sri mengatakan bahwa harga yang sudah ditetapkan sudah sesuai dengan produk yang ia dapatkan.
- d. Riyanti selaku konsumen mengatakan bahwa harga yang ditawarkan terjangkau dan harganya sudah pas.

Berdasarkan hasil data yang didapatkan oleh peneliti melalui wawancara kepada 4 konsumen Kedai Pempek Seminung dan 4 konsumen Kedai Pempek Yasmin mengenai harga yang ditawarkan Kedai Pempek Seminung dan kedai Pempek Yasmin sudah baik oleh para konsumen. Dilihat dari tanggapan konsumen sebagian besar menyatakan harga yang ditawarkan

⁹ MbK Isti, wawancara dengan Pemilik Usaha Kedai Pempek Yasmin, Tanggal 22 Mei 2023.

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Yasmin, pada tanggal 22 Mei 2023

terjangkau sehingga semua orang bisa membelinya dan harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat diperolehnya dari produk tersebut sehingga konsumen tidak rugi saat membelinya karena produknya enak.

2. Kualitas Produk

Terkait dengan kualitas produk, ada juga beberapa faktor yang menjadikan kualitas produk sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seperti *Performance* (kinerja), *Features* (keistimewaan atau identitas), *Reability* (keandalan) kemungkinan kecil dari produk yang hadapi kerusakan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika dan kualitas yang dipersepsikan. Berkaitan dengan penjelasan tersebut peneliti melakukan wawancara 4 konsumen dan pemilik usaha Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin.

Berikut hasil wawancara pemilik usaha dan konsumen Kedai Pempek Seminung terkait dengan kualitas produk.

Berdasarkan hasil wawancara mbk rahma selaku pemilik usaha mengatakan bahwa ia menggunakan bahan-bahan berkualitas untuk membuat produknya seperti terigu, sagu atau aci, telur yam ras, penyedap rasa dan ikan kiter. Bahan-bahan tersebut yang digunakan adalah bahan-bahan yang berkualitas agar konsumen puas saat membeli produknya. Adapun keistimewaan di produk ini pada kuah cukonya yang kental dan pedas. Ada beberapa macam produk yang dijual seperti pempek kecil, pempek kapal

selam, tekwan dan lenggang. Dan paling favorit disini adalah pempek kecil karenaselain harganya murah, produknya pun enak.¹¹

Berikut hasil wawancara konsumen pempek seminung terkait dengan kualitas produk.¹²

- a. Menurut Aan dalam segi produk pempek seminung mempunyai rasa pempek yang enak dan cuko yang khas dan kental sehingga membuat puas kosumen saat mencobanya.
- b. Ibu Ita pun mengatakan juga yang sama dari segi rasa juga enak, tak jarang ia membeli pempek seminung ini untuk acara-acara seperti arisan.
- c. MbK Vera mengatakan bahwa pempeknya enak, kenyal dan disini mempunyai cuko yang kental.
- d. Ibu Ira mengatakan pempek seminung mempunyai rasa yang enak dan cuko yang khas

Berikut adalah hasil wawancara pemilik usaha dan 4 konsumen Kedai Pempek Yasmin terkait dengan kualitas produk.

Berdasarkan hasil wawancara MbK Isti selaku pemilik usaha pempek yasmin, bahwa ia menggunakan bahan-bahan yang berkualitas seperti terigu, aci atau sagu, telur ayam ras, penyedap rasa dan ikan kiter . bahan yang digunakan bagus hal ini untuk memuaskan pelangganya.¹³

¹¹ MbK Rahma, wawancara dengan Pemilik Usaha Kedai Pempek Seminung, Tanggal 5 Mei 2023.

¹² Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Seminung, pada tanggal 21 Mei 2023.

¹³ MbK Isti, wawancara dengan Pemilik Usaha Kedai Pempek Yasmin, Tanggal 22 Mei 2023

Berikut hasil wawancara konsumen pempek yasmin terkait dengan kualitas produk.¹⁴

- a. Ibu Ratna konsumen pempek yasmin mengatakan bahwa dari segi produk pempeknya enak dan ia sering membeli produk tersebut untuk dibawa pulang ke rumah.
- b. Bapak Yusuf selaku konsumen pempek yasmin mengatakan pempeknya enak dan ikan terasa saat mencoba namun ia mengungkapkan bahwa ia pernah mendapatkan pempek yang didalamnya terselip rambut.
- c. Ibu Sri selaku konsumen mengatakan bahwa pempek yang dijual enak.
- d. Riyanti selaku konsumen mengatakan bahwa produk enak dan cukonya pas namun ia mengungkapkan pernah, dia mendapat pempek yang keras saat mencobanya.

Berdasarkan hasil data yang didapatkan oleh peneliti melalui wawancara kepada 4 konsumen mengenai kualitas produk di Kedai Pempek Seminung menyatakan produk yang dijual enak karena pempek ini seperti pempek yang ada di Palembang aslinya yang mempunyai rasa ikan yang berasa dan kenyal serta juga memiliki keistimewaan pada rasa cuko yang kental dan pedas sehingga membuat orang ketagihan. Sedangkan hasil wawancara dengan 4 konsumen Kedai Pempek Yasmin menyatakan bahwa kualitas produk sudah enak seperti kenyal dan rasa ikannya terasa dan namun ada beberapa konsumen mengeluhkan bahwa pernah mendapatkan seperti pempek yang keras atau ada pempek yang didalamnya terselip rambut.

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Yasmin, pada tanggal 22 Mei 2023.

3. Kualitas Pelayanan

Terkait dengan pelayanan, ada juga beberapa faktor yang menjadikan pelayanan ini sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yaitu ketika terciptanya; Keandalan, Keresponsifan, Keyakinan, Empati serta Berwujud. Semua ini harus bisa dipenuhi agar konsumen merasa puas. Berkaitan dengan penjelasan tersebut peneliti melakukan wawancara 4 konsumen dan 5 karyawan usaha Kedai Pempek Seminung dan 3 karyawan Kedai pempek yasmin.

Berikut hasil wawancara dengan konsumen Pempek Seminung terkait dengan kualitas pelayanan.¹⁵

- a. Aan selaku konsumen di pempek seminung mengatakan bahwa pelayanannya baik dan ramah saat melayani.
- b. Ibu Ita selaku konsumen kedai pempek seminung mengatakan pelayanan sudah baik namun beliau pernah mendapatkan karyawan yang lupa untuk membuat pesannya sehingga ia menegur dulu karyawan terkait pesannya.
- c. MbK vera mengatakan bahwa kualitasnya pelayanan baik, ramah, terkadang juga harus lama namun ramai ia memakluminya karena sedang ramai.

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Seminung, pada tanggal 21 Mei 2023

d. Ibu Ira mengatakan bahwa kualitas pelayanan baik, ramah, dan memberikan saran kepada konsumen saat ia bingung untuk memilih produk.

Berikut hasil wawancara karyawan pempek seminung terkait dengan kualitas pelayanan.¹⁶

a. Leli mengatakan ia sudah memberikan pelayanan yang baik seperti memberi senyum, dan sapaan .

b. Rani mengatakan ia juga sudah memberikan pelayanan yang baik dan memberikan solusi terbaik untuk konsumen.

c. Dewi mengatakan bahwa ia sudah melakukan pelayan yang baik bagi konsumen dan ia mengatakan bahwa memang ada beberapa komplain dari beberapa pelanggan terkait dengan pelayanan ataupun dari produk namun ia menanggapi dengan positif bahwa hal tersebut sebagai bahan masukan untuk lebih baik kemudian.

d. Ibu Iin mengatakan bahwa ia sudah memberikan pelayanan yang baik seperti memberikan sapaan atau senyuman saat melayani karena menurut beliau jika ia memberikan pelayanan yang baik pasti konsumen akan merasa nyaman dan akan kembali membeli lagi.

e. Zakia mengatakan bahwa ia sudah melakukan pelayanan yang baik bagi konsumen dengan memberikan service terbaik dan membuat konsumen nyaman saat ia melayaninya.

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Karyawan Kedai Pempek Seminung, pada tanggal 21 Mei 2023

Berikut hasil wawancara dengan konsumen terkait kualitas pelayanan di Kedai Pempek Yasmin.¹⁷

- a. Ibu Ratna selaku konsumen Pempek Yasmin mengatakan bahwa ia pernah mendapatkan pelayanan kurang baik seperti karyawan yang tidak menyapa dan sibuk sendiri saat ia datang untuk membeli.
- b. Menurut bapak Yusuf selaku konsumen Pempek Yasmin mengatakan bahwa pelayanan di kedai pempek yasmin baik saat melayaninya.
- c. Ibu Sri selaku konsumen mengatakan bahwa pelayanan yang berikan baik namun ia mengungkapkan bahwa ia pernah membeli pempek untuk dibungkus tetapi pelayannya lupa untuk memberikan cukonya sehingga ia kembali untuk mengambil cukonya.
- d. Riyanti selaku konsumen mengatakan bahwa pelayanan cukup baik dan ramah.

Berikut hasil wawancara dengan karyawan Pempek Yasmin terkait dengan pelayanan.¹⁸

- a. MbK Mega selaku karyawan pempek yasmin mengatakan bahwa ia sudah memberikan pelayanan yang baik dan ramah untuk konsumen.
- b. MbK Irma selaku konsumen pempek yasmin mengatakan bahwa ia sudah memberikan pelayanan yang sesuai seperti ramah dan sopan agar konsumen kembali membeli kembali ke Pempek Yasmin.

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Yasmin, pada tanggal 22 Mei 2023.

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Karyawan Kedai Pempek Yasmin, pada tanggal 22 Mei 2023.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 5 karyawan dan 4 konsumen Kedai Pempek Seminung bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik seperti memperlakukan orang dengan baik dengan menyapa dan senyum saat konsumen datang dan memberikan inisiatif saat konsumen bingung namun ada beberapa konsumen mengeluhkan terkait dengan pelayanan lupa atau lalai saat membuat pesanan sehingga konsumen menegur terlebih dahulu. Sedangkan dari kualitas pelayanan di Kedai Pempek Yasmin. Berdasarkan hasil wawancara, 2 karyawan menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik seperti memberikan pelayanan yang baik atau sopan dan ramah kepada konsumen. Sedangkan berdasarkan hasil wawancara 4 konsumen terkait pelayanan di Kedai Pempek Yasmin, 2 konsumen menyatakan bahwa pelayanan baik seperti memperlakukan konsumen dengan baik dan ramah serta saat melayaninya. Sedangkan 2 konsumen menyatakan pelayanan kurang maksimal seperti tidak menyapa dan sibuk sendiri saat konsumen datang, Serta terdapat kelalain dari karyawan saat melayani konsumen.

4. Minat Konsumen

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi minat konsumen yakni kebiasaan seseorang untuk membeli produk, rekomendasi dari orang lain, minat yang mencerminkan karakter seseorang, dan Minat eksploratif. Selain itu, apakah kemudian faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan tersebut sebagai salah satu alasan minat konsumen. Berikut adalah jawaban konsumen Pempek Seminung dan Pempek Yasmin.

Berikut hasil wawancara konsumen Kedai Pempek Seminung.¹⁹

- a. Menurut Aan alasan ia membeli produk di Pempek Seminung karena produk yang dijual murah dan enak.
- b. Menurut ibu Ita awal mula ia membeli produk karena atas rekomendasi dari temannya yang mengatakan bahwa pempek yang dijual di kedai pempek seminung enak.
- c. Menurut mbk Vera ketertarikan ia membeli produk di Pempek Seminung karena ia sering lewat di Kedai Pempek Seminung, namun ia heran di kedai pempek seminung sering ramai, hal itu ia membuat penasaran sehingga membeli produknya sampai sekarang.
- d. Ibu Ira mengatakan bahwa ketertarikan membeli produk di Pempek Seminung karena produknya enak selain itu juga dari pelayanan juga baik sehingga konsumen merasa nyaman saat membeli.

Hasil wawancara konsumen Kedai Pempek Yasmin²⁰.

- a. Menurut ibu Ratna mengatakan bahwa ketertarikan ia membeli produk di pempek yasmin karena produknya enak dan mempunyai cuko yang pas dengan selernya.
- b. Menurut bapak Yusuf mengatakan bahwa ia sering membeli produk di kedai pempek yasmin karena jarak rumahnya dekat dengan pempek yasmin..

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Seminung, pada tanggal 21 Mei 2023.

²⁰ Hasil Wawancara dengan Konsumen Kedai Pempek Yasmin, pada tanggal 22 Mei 2023.

- c. Menurut ibu Sri mengatakan bahwa sering membeli karena produk yang dijual enak dan harga juga terjangkau.

Dilihat dari minat konsumen kedua tempat usaha, konsumen sangat mempertimbangkan rasa pada produk enak dan harga yang terjangkau, serta faktor kebiasaan seseorang seperti rasa penasaran, rekomendasi dari orang lain, dan faktor kedekatan lokasi.

C. Analisis Perbandingan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin

Dalam bekerja dan berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana berinteraksi agar tidak terjerumus jurang keharaman. Oleh sebab itu, seorang pebisnis harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis sekaligus menempatkan diri sebagai pelaku bisnis yang melakukan praktik kejujuran dan menghindarkan diri dari memperoleh harta kekayaan dengan cara yang batil.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh melalui wawancara terhadap pemilik, karyawan dan konsumen kedai pempek seminung dan kedai pempek yasmin, peneliti dapat menganalisis atau membandingkan dalam prespektif etika bisnis islam sebagai berikut:

a. Kesatuan

Kesatuan adalah kesatuan sebagaimana tereflesikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek – aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi kesatuan homogen,

serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Berlandaskan konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan.

Berikut hasil wawancara dengan karyawan yang dilakukan peneliti di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin. Menurut Leli karyawan di Kedai Pempek Seminung bahwa disini ada waktu istirahat khusus untuk karyawannya bergantian untuk waktu solat zuhur 30 menit dan di waktu solat ahar selama 15 menit.²¹ Sedangkan menurut Mega Karyawan di Kedai Pempek Yasmin bahwa disini tidak adanya waktu khusus istirahat untuk melaksanakan solat sehingga masih melayani saat konsumen datang saat waktu solat namun ia melakukan ibadah apabila kedai sudah sepi dan tidak ada konsumen.²² Tindakan yang dilakukan di kedai pempek yasmin tidak sesuai etika bisnis islam, karena mengorbankan kewajiban utama sebagai umat islam untuk beribadah kepada allah swt.

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Konsep keadilan dalam ekonomi adalah islam mengharuskan setiap orang untuk mendapatkan haknya dan tidak untuk mengambil hak orang lain. Dalam bereaktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak sesuai. Berdasarkan hasil wawancara konsumen Kedai Pempek Seminung

²¹ Wawancara dengan Leli karyawan Pempek Seminung, 21 Mei 2023

²² Wawancara dengan Mega karyawan Pempek Yasmin, 22 Mei 2023

ia mengatakan mendapatkan perlakuan yang baik dari pelayanannya seperti senyuman dan sapa saat masuk di Kedai Pempek Seminung. namun ada beberapa konsumen mengeluhkan tentang pelayanan yang lalai saat membuat pesannya.²³ Sedangkan berdasarkan hasil wawancara beberapa konsumen di Kedai Pempek Yasmin mengatakan pelayanan baik namun juga ada beberapa konsumen menurut nya seperti karyawan lalai dan tidak memberikan sapaan dan senyuman saat konsumen datang.²⁴

Berdasarkan analisa diatas dari segi keseimbangan atau keadilan, diantara kedua usaha tersebut sama-sama mendapat respon baik dari beberapa konsumen dan ada beberapa respon buruk dari konsumen terkait pelayanan.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan ialah bagian berarti dalam nilai Etika Bisnis Islam, tetapi dalam ajaran islam yang dimaksud dengan kebebasan adalah kebebasan yang bertanggung jawab tanpa merugikan orang lain. berdasarkan hasil wawancara terhadap kedua pemilik usaha sama-sama memberikan kebebasan kepada pengunjung saat membeli produknya dan memberikan yang terbaik.²⁵ Sedangkan hasil wawancara dari kedua

²³Hasil Wawancara Konsumen di Kedai Pempek Seminung, 21 Mei 2023

²⁴ Hasil wawancara konsumen Kedai Pempek Yasmin, 22 Mei 2023

²⁵ Hasil wawancara Pemilik Usaha Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin, 22 Mei 2023

konsumen usaha tersebut mengatakan mereka mendapatkan produk makanan yang diinginkan sesuai harga yang ditawarkan.²⁶

d. Tanggung dan jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan manusia perlu mempertanggungjawaban tindakan. Berdasarkan hasil wawancara konsumen di kedua tempat usaha masih terdapat kelalaian dan lupa saat melayani konsumen.²⁷

e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran diartikan sebagai hasrat, perilaku dan sikap benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau mendapatkan komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya mencapai atau menetapkan keuntungan. Berdasarkan hasil wawancara kedua pemilik usaha, bahwa mereka menggunakan bahan-bahan yang terbaik dan halal untuk membuat produk pempek untuk

²⁶ Hasil wawancara Konsumen Kedai Pempek Seminung dan Pempek Yasmin, 22 Mei 2023

²⁷ Hasil wawancara konsumen Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin, 22 Mei 2023

memuaskan konsumen dan tidak mengambil keuntungan lebih agar tidak memberatkan konsumen.²⁸

²⁸ Hasil Wawancara pemilik usaha Kedai Pempek Seminung dan Pempek Yasmin, 22 Mei 2023

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan di Kedai Pempek Seminung dan Pempek Yasmin sudah baik dan terjangkau serta harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya. Sementara dalam kualitas produk, kedua pemilik usaha sama-sama menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan halal untuk membuat produknya, namun di Kedai Pempek Yasmin terdapat komplain dari produknya yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan dalam kualitas pelayanan Kedai Pempek Seminung dan Pempek Yasmin memperlakukan konsumen dengan baik, namun ada beberapa konsumen di kedua tempat usaha komplain terkait dengan kelalaian pelayanan. Sementara dari minat konsumen, konsumen sangat mempertimbangkan dari rasa yang enak, harga yang terjangkau, dan pelayanannya serta dari kebiasaan konsumen seperti rasa ini ingin tahu, rekomendasi dari orang lain dan kedekatan dari lokasi rumah. Untuk penerapan etika bisnis islam, terdapat ketidak kesesuaian beberapa hal yang pertama yakni dimana Kedai Pempek Yasmin belum menerapkan prinsip kesatuan (tauhid), yang kedua adalah prinsip keseimbangan atau keadilan, bahwa di Kedai Pempek Yasmin ada beberapa pelayan yang tidak memberi sapaan atau senyuman saat melayani konsumen. Dan yang ketiga yakni kedua tempat usaha belum sepenuhnya menerapkan prinsip tanggung jawab dimana

ada kelalaian saat melayani konsumen. Namun di kedua tempat usaha sudah menerapkan prinsip kehendak bebas dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran.

B. Saran

Berdasarkan pemahaman dan kesimpulan diatas, maka saran peneliti kepada Kedai Pempek Yasmin dari kualitas produk lebih diperhatikan saat memproduksi produk agar konsumen agar komplai terkait dengan produknya. Dan diharapkan kepada pemilik usaha Kedai Pempek Seminung dan Yasmin yakni untuk meningkatkan kinerja karyawan agar memberikan pelayanan yang lebih baik agar dapat meningkatkan minat konsumen. Serta kedua pemilik usaha harus memerhatikan dalam menjalankan usahanya sesuai dengan etika bisnis islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulllah, K. *Berbagi Metologi Dalam Penelitian Pendidikan Dan Manajemen*. (Gowa: Gunadarma Ilmu, 2017).
- Abdullaha, Boedi dan Ahamad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Muamalah). (Bandung: Pustaka Setia, 2014)
- Anim, Albina dan Ni Luh Putu Indiani, 'Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Star Up Coffe Renon Denpasar)', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5.1 (2020).
- Ariffudin dan Beni Ahmad Saebani. *Metologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Prespektif Islam: Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013).
- Bagio Santoso, Joko, 'Pengaruh Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun).', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.1 (2019).
- Buana Pertiwi, Rianty dan Yuyu Rahayu, 'Pengaruh Deasai Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Regadap Keptusan Pembelian Sandal Wanita Merek Cardinal Di Wilayah Kota Bandung', *Jurnal Sain Manajemen*, 2.2 (2020).
- Echdar, Saban dan Maryadi. *Etika Bisnis Dan Kewirausahaan*. (Yogyakarta: Budi Utama, 2019).
- Effendi, Sofian. *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2013)
- Ekowati, Sri dkk, 'Pengaruh Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu', *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam*, 3.1 (2020).
- Husen Soban, Dadang. *Studi Kelayakan Bisnis*. (Bandung: Pustaka Setia, 2018).
- Idri. *Hadis Ekonomi*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2015).
- Iqbal, Muhammad dan dan Abdul Kadir, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banajarmasin', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 5.2 (2019).

- Korowa, Enos, Sontje Sumayku, and dkk, 'Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado).', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 06.3 (2018).
- Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2009)
- Lexy J Moleng. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Pustaka Setia, 2016).
- Lupiado, Rambat dan Hadani A. *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2019).
- Maria, Monika dan Mohamad Yusak A. 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan King Cake', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 06.1 (2013).
- Mappatempo, Andi. *Manajemen Pemasaran Produk Dan Jasa*. Makassar: LPP UNismuh Makassar, 2022).
- Maulana, Rangga, Ilwan Syafrinal, Ridho Taufiq Subagio, Rinaldi Adam, and Abdun Wijaya, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Menggunakan Metode Service Performance (Studi Kasus: Taman Air Gua Sunyagi)', *Jurnal DIGIT*, 12.1 (2022).
- Nainggolan, Nora Putri dan Heryenzus, 'Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam', *Journal of Accounting & Management Innovation*, 2.2 (2019).
- Nana. *Tuntutan Penyusunan Karya Ilmiah*. (Bandung: Sinar Baru Algosindo, 2013).
- Nasruddin dan Ernawati Aziz. *Etika Islam Dalam Berbisnis*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2014).
- Nur Maulidya, Risma, Abrista Devi, and Ahmad Mulyadi Kosim, 'Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11.2 (2019).
- Paludi, Salman dan Rahmah Juwita, 'Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18.1 (2021).
- Permatasari, Wayan Indah, I Gusti Ayu Dewi hendriyani, and Putu Mira Astuti Pranadewi, 'Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Minuman Buble Tea-Xi Bo Ba Jimbaran-Bali', *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 8.1 (2020).

- Pubohastuti, Arum Wahyuni, and Asmi Ayuning Hidayah, 'Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser', *Jurnal Bisnis Terapan*, 4.1 (2020).
- Puspa, Rani. dkk, 'Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K-Store Krakatau Junction', *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13.2 (2020).
- Priliano, Kelvin, Andriasan Sudarso, 'Fajrillah. Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. Journal of Business and Economics Research'. 1.1.(2020).
- Widjoyo Putro, Shandy and others, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya', 2.1 (2020).
- Sudaryono. *Prilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014).
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Suparman, Dadang, 'Pengaruh Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Alfamart Stupa Kota Sukabumi', *Jurnal Ekonomedia*, 11.1 (2022).
- Tjipto, Fandi. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. (Yogyakarta: Andi, 2016).
- _____. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2017).
- Umar, Husain. *Metode Penelitian*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013).

LAMPIRAN- LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0614/In.28.1/J/TL.00/03/2023
Lampiran :-
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Dharma Setyawan (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **RIZQI ROMADHONI**
NPM : 1903012046
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syaria`h
Judul : PERBANDINGAN PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KOMPARATIF KEDAI PEMPEK SEMINUNG DAN PEMPEK YASMIN)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 09 Maret 2023
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana

OUTLINE

PEBANDINGAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

(Studi Kedai Pempek Seminung Dan Kedai Pempek Yasmin)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGHANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Harga
 - 1. Pengertian Harga
 - 2. Tujuan Penetapan Harga
 - 3. Indikator Harga
- B. Kualitas Produk
 - 1. Pengertian Kualitas Produk
 - 2. Indikator Kualitas Produk
- C. Kualitas Pelayanan
 - 1. Pengertian Kualitas Pelayanan
 - 2. Indikator Kualitas Pelayanan
- D. Minat Konsumen
 - 1. Pengertian Minat Beli Konsumen
 - 2. Indikator Minat Beli Konsumen
- E. Etika Bisnis Islam
 - 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

2. Prinsip Bisnis Islam

BAB III METOLOGI PENELITIAN

E. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

F. Sumber Data

1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara
2. Dokumentasi

H. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kedai Pempek Seminung
2. Kedai Pempek Yasmin

B. Perbandingan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Konsumen di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin

C. Analisis Perbandingan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

Metro, 20 Maret 2023

Dosen Pembimbing



Dharma Setyawan, M.A

Peneliti



Rizqi Romadhoni

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PEBANDINGAN PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

(Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)

A. Wawancara

1. Pertanyaan untuk pemilik usaha Kedai Pempek Seminung:
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Kedai Pempek Seminung ?
 - b. Berapa jumlah karyawan yang ada di Kedai Pempek Seminung?
 - c. Kendala apa saja kendala yang yang dihadapi di Kedai Pempek Seminung?
 - d. Apakah harga produk yang anda dijual sudah sesuai dengan kualitas produk?
 - e. Apa saja jenis produk yang di jual di kedai pempek seminung?
 - f. Apakah produk dan bahan bahan yang digunakan sudah halal?
 - g. Bagaimana cara anda memberikan pelayanan kepada konsumen?
 - h. Apakah selama ini pernah terdapat komplain dari konsumen? Apabila ada bagaimana tanggapan anda?
 - i. Bagaimana cara anda menarik minat beli konsumen kembali untuk membeli produk anda?

- j. Apakah anda mengetahui hal-hal apa saja yang dilarang oleh agama dalam berbisnis?
2. Pertanyaan untuk karyawan Kedai Pempek Seminung
- a. Bagaimana cara anda memberikan pelayanan kepada konsumen ?
 - b. Apakah selama ini pernah mendapatkan komplain dari konsumen segi pelayanannya ?
 - c. Adakah pengaruh pelayanan yang diberikan terhadap keputusan membeli konsumen ?
 - d. Apakah ada waktu khusus untuk melakukan solat atau ibadah diwaktu jam kerja?
3. Pertanyaan untuk konsumen Kedai Pempek Seminung
- a. Apakah harga yang ditetapkan oleh Kedai Pempek Seminung terjangkau ?
 - b. Apakah harga yang ditetapkan oleh penjual sesuai dengan manfaat produk yang dengan produk yang didapat?
 - c. Apakah pernah mendapat produk yang cacat dari penjual?
 - d. Bagaimana pelayanan yang diberikan yang diberikan di Kedai Pempek Seminung?
 - e. Apakah anda pernah mendapat pelayanan yang buruk?
 - f. Apakah hal yang membuat anda tertarik untuk membeli di Kedai Pempek Seminung?

4. Pertanyaan untuk pemilik usaha Kedai Pempek Yasmin
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Kedai Pempek Yasmin ?
 - b. Berapa jumlah karyawan yang ada di Kedai Pempek Yasmin?
 - c. Kendala apa saja yang yang dihadapi di Kedai Pempek Yasmin?
 - d. Apakah harga produk yang anda dijual sudah sesuai dengan kualitas produk?
 - e. Apa saja jenis produk yang di jual di Kedai Yasmin?
 - f. Bagaimana kualitas produk dan bahan bahan yang digunakan sudah halal?
 - g. Bagaimana cara anda memberikan pelayanan kepada konsumen?
 - h. Bagaimana cara anda menarik minat beli konsumen kembali untuk membeli produk anda?
 - i. Apakah selama ini pernah terdapat complain dari konsumen? Apabila ada bagaimana tanggapan anda?
 - j. Apakah anda mengetahui hal-hal apa saja yang dilarang oleh agama dalam berbisnis?

5. Pertanyaan untuk karyawan Kedai Pempek Yasmin
 - a. Bagaimana cara anda memberikan pelayanan kepada konsumen ?
 - b. Apakah selama ini pernah mendapatkan komplain dari konsumen segi pelayanannya ?
 - c. Adakah pengaruh pelayanan yang diberikan terhadap keputusan membeli konsumen ?

- d. Apakah ada waktu khusus untuk melakukan solat atau ibadah di waktu jam kerja?
6. Pertanyaan untuk konsumen Kedai Pempek Yasmin
- a. Apakah harga yang ditetapkan oleh Kedai Pempek Seminung terjangkau ?
- b. Apakah harga yang ditetapkan oleh penjual sesuai dengan manfaat produk yang dengan produk yang didapat?
- c. Apakah pernah mendapat produk yang cacat dari penjual?
- d. Bagaimana pelayanan yang diberikan yang diberikan di Kedai Pempek Yasmin?
- e. Apakah anda pernah mendapat pelayanan yang buruk di Kedai Pempek Yasmin?
- f. Apakah ada hal yang membuat anda tertarik untuk membeli produk di Kedai Pempek Yasmin?

B. Dokumentasi

1. Foto kegiatan di Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin
2. Buku-buku yang berkaitan dengan penelitian

Metro, 20 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Peneliti



Dharma Setyawan, M.A
NIP. 1988052529 201503 1005



Rizqi Romadhoni
NPM.1903012046



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.febi.metrouniv.ac.id, e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1398/In.28/D.1/TL.01/05/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : RIZQI ROMADHONI
NPM : 1903012046
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Untuk : 1. Mengadakan observasi/survey di UMKM PEMPEK, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERBANDINGAN PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Pempek Yasmin)".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 11 Mei 2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1397/In.28/D.1/TL.00/05/2023
Lampiran :-
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PEMILIK UMKM PEMPEK
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1398/In.28/D.1/TL.01/05/2023,
tanggal 11 Mei 2023 atas nama saudara:

Nama : **RIZQI ROMADHONI**
NPM : 1903012046
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di UMKM PEMPEK, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERBANDINGAN PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Semining dan Kedai Pempek Yasmin)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 Mei 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

KEDAI PEMPEK YASMIN

Jl. SMA Negeri Desa Balai Kencono Batanghari Lampung Timur

Provinsi Lampung

Kepada

Lampiran :-

Yth. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Perihal : Surat Balasan Izin Riset

di-

Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat saudara pada tanggal 11 Mei 2023 perihal perizinan tempat penelitian dala rangka penyusunan skripsi, maka dengan ini kami memberikan izin untuk melakukan penelitian di Kedai Pempek Yasmin, kepada mahasiswa atas nama:

Nama : **RIZQI ROMADHONI**

NPM : 1903012046

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : PERBANDINGAN PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas kerjasamanya kami ucapakan terimakasih.

Metro, 13 Mei 2023

Pemilik Usaha



Istiqomah

KEDAI PEMPEK SEMINUNG

Jl. Seminung No. 36, Kel. Yosorejo Kec. Metro Timur

Kota Metro, Provinsi Lampung

Lampiran : -
Perihal : Surat Balasan Izin Riset

Kepada
Yth. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat saudara pada tanggal 11 Mei 2023 perihal perizinan tempat penelitian dala rangka penyusunan skripsi, maka dengan ini kami memberikan izin untuk melakukan penelitian di Kedai Pempek Seminung, kepada mahasiswa atas nama:

Nama : **RIZQI ROMADHONI**

NPM : 1903012046

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : PERBANDINGAN PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Seminung dan Kedai Pempek Yasmin)

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas kerjasamanya kami ucapakan terimakasih.

Metro, 12 Mei 2023
Pemilik Usaha



Rahmawati



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-426/In.28/S/U.1/OT.01/05/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : RIZQI ROMADHONI
NPM : 1903012046
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903012046

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 25 Mei 2023
Kepala Perpustakaan

Asad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : RIZQI ROMADHONI
NPM : 1903012046
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **PERBANDINGAN PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Kedai Pempek Semining dan Kedai Pempek Yasmin)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 17%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 30 Mei 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rizqi Romadhoni**
NPM : 1903012046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/03-2023	Beberapa terjual produk vanana / kg? harga Kangauza 10 - 5	

Dosen Pembimbing

Dharm Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa Ybs.

Rizqi Romadhoni
NPM. 1903012046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ilirngulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rizqi Romadhoni**
NPM : 1903012046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	25/05/2023	arc Bab IV-V Langkah Ujian Munakasyah	

Dosen Pembimbing

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa Ybs.

Rizqi Romadhoni
NPM. 1903012046

FOTO DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara MbK Rahma Pemilik Usaha Kedai Pempek Seminung



Gambar 2. Wawancara dengan Zakia Selaku Pelayan di Kedai Pempek Seminung



Gambar 3. Wawancara dengan Ieli Selaku Pelayan di Kedai Pempek Seminung



Gambar 4. Wawancara dengan Rani selaku Kasir di Kedai Pempek Seminung



Gambar 5. Wawancara dengan Ibu Iin selaku Pelayan di Kedai Pempek Seminung



Gambar 6. Wawancara dengan Vera Konsumen di Kedai Pempek Seminung



Gambar 7. Wawancara Dengan Ibu Ita Konsumen Kedai Pempek Seminung



Gambar 8. Wawancara Dengan Ibu Ira Konsumen Kedai Pempek Seminung



Gambar 9. Wawancara Dengan Aan Konsumen Kedai Pempek Seminung



Gambar 10. Wawancara Dengan MbK Isti Pemilik Usaha Kedai Pempek Yasmin



Gambar 11. Wawancara Dengan Bapak Yusuf Konsumen Kedai Pempek Yasmin



Gambar 12. Wawancara Dengan Ibu Ratna, Konsumen Kedai Pempek Yasmin



Gambar 13. Wawancara dengan Ibu Sri, Konsumen Kedai Pempek Yasmin



Gambar 14. Wawancara Dengan Mega, Pelayan di Kedai Pempek Yasmin



Gambar 15. Wawancara Dengan Irma, Pelayan di Kedai Pempek Yasmin

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Rizqi Romadhoni lahir pada tanggal 18 Desember 1999 di Kota Metro Lampung, Anak pertama dari dua bersaudara, buah hati dari Bapak Ridwan dan Ibu Suparti. Bertempat tinggal di Kel. Yosomulyo, kecamatan Metro Pusat Kota Metro.

Riwayat pendidikan yang ditempuh penulis, dimulai dari tahun 2004 tepatnya di TK Islam Al-Huda dan selesai pada tahun 2006. Setelah itu penulis melanjutkan ke SD 8 Metro Pusat dan lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan ke jenjang pertama di Mts N 1 Lampung Timur dan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan ke jenjang atas di SMK Al-Hidayah 1 Jakarta dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Metro.