

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Ekonomi Syariah**

Dalam perkembangan dunia perekonomian tentunya ekonomi menjadi salah satu tonggak kehidupan dimana ekonomi merupakan pondasi utama dalam hal memenuhi kebutuhan hidup manusia baik itu kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Pada awalnya memang ekonomi konvensional merajai atau menguasai dunia perekonomian tetapi seiring berjalannya waktu penggunaan ekonomi konvensional mulai berpindah dengan menggunakan ekonomi syariah atau biasa disebut dengan ekonomi syariah.

Ekonomi adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi terhadap barang maupun jasa. Sedangkan ekonomi syariah dapat diartikan sebagai kegiatan atau perilaku yang bersifat ekonomi dimana dilakukan berdasarkan pada kaidah-kaidah Islam dengan tujuan mendapatkan ridha dari Allah SWT.<sup>14</sup>

Ada beberapa ahli mendefinisikan ekonomi syariah salah satunya menurut Muhammad Abdul Manan menjelaskan bahwa Ekonomi syariah adalah ilmu social yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai Islam. Dan Menurut Khurshid Ahmad mendefinisikan ekonomi syariah adalah suatu upaya sistematis untuk

---

<sup>14</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UGM PRESS, 2018), hlm. 4

memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia yang berkaitan dengan masalah itu dari perspektif Islam. Sedangkan menurut Capra menjelaskan bahwa Ekonomi syariah adalah cabang ilmu yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi serta distribusi sumberdaya yang langkahnya sejalan dengan syariat Islam tanpa membatasi kreativitas individu ataupun menciptakan suatu ketidaksinambungan ekonomi makro.<sup>15</sup>

Karena ekonomi Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist maka ekonomi syariah memiliki perbedaan dengan sistem ekonomi konvensional. Berikut ini beberapa perbedaannya yaitu :<sup>16</sup>

- a. Sistem ekonomi syariah mengedepankan prinsip kerjasama dan saling berbagi sedangkan ekonomi konvensional cenderung mengutamakan bunga (riba) dalam usaha mendapatkan keuntungan.
- b. Sistem ekonomi syariah menganggap sumber daya alam yang ada merupakan pemberian Allah sehingga wajib dipergunakan dengan hati-hati dan bertanggung jawab. Sedangkan ekonomi konvensional cenderung menganggap sumber daya alam sebagai komoditas ekonomis yang dapat menghasilkan keuntungan.
- c. Sistem ekonomi syariah menganggap pendapatan yang diperoleh secara tidak sah dan tidak jelas hukumnya maka tidak diakui, sedangkan sistem ekonomi konvensional cenderung berorientasi pada pencapaian laba

---

<sup>15</sup> Yusup Hidayat, *Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media, 2020), hlm. 60

<sup>16</sup> Abd Shomad, *Hukum Islam: Penormaan prinsip syariah dalam hukum Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 34

(keuntungan) yang sebesar-besarnya meskipun bisnis atau usaha yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat Islam.

- d. Sistem ekonomi syariah menghendaki harta kekayaan yang dimiliki oleh orang-orang yang sangat berkecukupan (kaya), tidak boleh hanya berputar pada golongan tersebut saja tetapi juga harus berputar pada golongan yang membutuhkan. Sedangkan sistem ekonomi konvensional cenderung menganggap harta kekayaan seseorang adalah sesuatu yang mutlak dimiliki oleh orang tersebut dan tidak harus dibagikan kepada orang lainnya.<sup>17</sup>

Sistem ekonomi syariah yang bertujuan masalah bagi seluruh umat manusia merupakan pelaksanaan ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktek sehari-hari dalam rangka mengkoordinasi faktor produksi, distribusi serta pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan dengan tidak menyalahi Al-Qur'an dan Sunnah sebagai acuan aturan perundangan dalam sistem perekonomian Islam. Ada empat prinsip yang terdapat dalam sistem ekonomi syariah antara lain :

- a) Tauhid

Prinsip tauhid mengatur prinsip-prinsip yang menyangkut segala aspek kehidupan dunia maupun akhirat. Ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah SWT, hal tersebut akan berimplikasi pada adanya niat yang tulus bahwa segala pekerjaan yang dikerjakan adalah dalam rangka beribadah kepada Allah SWT.

---

<sup>17</sup> Dwi Septa Aryani, Yuni Rachmawati dan Agung Anggoro Seto, *Ekonomi Syariah (Dengan Pendekatan Hasil Penelitian)*, (Jakarta: Nusa Literasi Inspirasi, 2019), hlm 6-7

b) Keadilan dan Keseimbangan

Prinsip keadilan merupakan landasan untuk menghasilkan seluruh kebijakan dalam kegiatan ekonomi sehingga berdampak positif bagi pertumbuhan dan pemerataan pendapatan dan kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat. Yang dimaksud dengan prinsip keseimbangan disini adalah kesetaraan antara pendapatan dan pengeluaran, pertumbuhan dan pendistribusian dan diantara pendapatan kaum yang mampu dan yang kurang mampu.

c) Kehendak bebas

Ajaran Islam berkeyakinan bahwa Allah SWT memiliki kebebasan mutlak dalam berkehendak, begitu dengan manusia yang memiliki hak untuk memilih apa yang akan diperbuatnya bahkan dalam mengambil pekerjaan atau memanfaatkan kekayaannya, setiap orang diberikan kebebasan dengan cara yang disukainya. Namun demikian, manusia yang baik adalah manusia yang mampu menggunakan kebebasan itu dalam rangka penerapan tauhid dan keseimbangan dalam hidupnya.

d) Tanggung Jawab

Dalam prinsip ekonomi syariah, kebebasan yang diberikan pada setiap orang untuk berbuat sesuatu dalam mengambil pekerjaan apapun atau memanfaatkan kekayaan dengan cara yang ia sukai tentunya harus tetap bertanggungjawab terhadap apa yang telah dipilih.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Muhammad Turmudi, “*Produksi Dalam Perspektif Ekonomi syariah*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol XVIII No. 01, Maret 2017, hlm 39-41

## **B. Pengertian Promosi**

Dalam sistem ekonomi syariah juga menerapkan proses promosi, promosi yang biasa dilakukan adalah untuk menawarkan, menjual produk atau jasa dikalangan masyarakat. Karena dengan promosi, masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa tersebut. Pada zaman Nabi, prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun, untuk caranya pun berbeda. Nabi melakukan promosi tidak lepas dari nilai-nilai moralitas. Tetapi untuk era saat ini kebanyakan promosi dilakukan dengan peralatan yang lebih modern antara lain dengan medsos, media internet yang dapat diterjemahkan sebagai kerja tim, kordinasi, kendali dan surprive. Dalam konsep Al Qur'an yang mencakup hal bisnis, parameter yang dipakai tidak hanya menyangkut tentang dunia saja, namun juga mencakup tentang urusan akhirat.

Al Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di didunia namun juga kesuksesan di akhirat. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, dan juga bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, (Jakarta: Asy Syaamil Press & Grafika, 2001). hlm. 35

## **B. Harga**

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.<sup>20</sup> Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antar pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima dengan yang diberikan oleh suatu perusahaan disebut laba.

## **C. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan tentunya sangat berhubungan langsung dengan peranan karyawan. Dan peranan karyawan tersebut sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan. Untuk setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak disektor bidang atau jasa. Karena kinerja karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli. Karyawan juga merupakan bagian dari jasa tau bidang itu sendiri. Sehingga bagi para pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra baik dan buruk bagi perusahaan-perusahaan itu sendiri. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui

---

<sup>20</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: IKAPI, 2014), hlm. 30

kualitas kinerja dari layanan yang diberikan kepada konsumen. Sehingga perusahaan dapat dan bisa untuk mengevaluasi kualitas dan kinerja layanan karyawan itu sendiri. Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah dengan memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan. Dan kualitas pelayanan digambarkan sebagaimana tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja.

#### **D. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen atau pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Dalam hal ini terutama adalah pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan para para pelanggannya. Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa yang dipakai dari produk atau jasa yang membuat pelanggan tidak puas.

## E. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, penulis memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Mongi, Mananeke, dan Rapi dalam jurnal penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Asosiatif* yang bertujuan untuk melihat keterhubungan antar variabel. Variabel dalam penelitian ini untuk variabel independennya adalah Kualitas Produk, Strategi Promosi, dan Harga sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian. Teknik penarikan sampel menggunakan Teknik *Accidental Sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Strategi Promosi, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.<sup>21</sup> Persamaan pada penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas dan variabel terikat, kemudian Teknik analisis data yaitu sama-sama menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang yaitu penelitian di Kota Manado sedangkan penelitian sekarang pada Toko Handphone Neophone.
2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Weenas dalam jurnal penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan

---

<sup>21</sup> Lidya Mongi, L. Mananeke, A. Repi, “*Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado*,” Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4, Desember 2013.

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Variabel dalam penelitian ini untuk variabel independenya adalah Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.<sup>22</sup> Persamaan pada penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Kemudian Teknik analisis yang digunakan sama-sama menggunakan Analisis Regresi Berganda. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang yaitu penelitian terdahulu menggunakan 4 variabel bebas sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan 5 variabel bebas, perbedaan yang lainnya yaitu penelitian terdahulu melakukan penelitian di Kota Manado sedangkan penelitian sekarang pada Toko Handphone Neophone.

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Natakusumah dan Yuliati dalam jurnal penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan

---

<sup>22</sup> Jackson R.S Weenas, "Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta," Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Desember 2013..

penelitian deskriptif dan kausal. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan *Insidental Sampling*. Dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Variabel dalam penelitian ini untuk variabel independennya yaitu Produk, Harga, Tempat dan Promosi sedangkan variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, Tempat dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.<sup>23</sup> Persamaan pada penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas yaitu Harga, Tempat dan Promosi. Selain itu variabel terikatnya juga sama tentang Keputusan Pembelian. Teknik analisis data sama-sama menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang bahwa penelitian terdahulu menggunakan 4 variabel bebas sedangkan penelitian sekarang menggunakan 5 variabel bebas. Perbedaan yang lainnya yaitu lokasi penelitian terdahulu dilakukan di Ina Cookies Bandung sedangkan lokasi penelitian sekarang pada Toko Handphone Neophone.

4. Penelitian yang dilaksanakan oleh Iswayanti dalam jurnal penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)”. Metode pengumpulan

---

<sup>23</sup> Fiera Aryanti Natakusumah, dkk, “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung)*,” Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 9. No. 1, April 2016.

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner, Observasi dan Studi Pustaka. Teknik pengambilan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*. Variabel dalam penelitian ini untuk variabel independennya adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.<sup>24</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga, dan Tempat Selain itu variabel terikatnya juga sama yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis yang digunakan juga sama-sama menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. Dimana lokasi penelitian terdahulu di Rumah Makan Soto Angkring Mas Boed Semarang, sedangkan lokasi penelitian sekarang pada Toko Handphone Neophone.

5. Penelitian yang dilaksanakan oleh Rohmiatin dalam jurnal penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Home Industri Kecap Rahayu di Kecamatan Talun Kabupaten Blitar. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif

---

<sup>24</sup> Ika Putri Ismayanti, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)*,” (Skripsi: Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

dengan jenis penelitian Asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sensus Sampling*. Dengan jumlah responden sebanyak 40 responden. Variabel dalam penelitian ini untuk variabel independennya yaitu Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi dan Lokasi, sedangkan untuk variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian Konsumen. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.<sup>25</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas Kualitas Produk, Harga dan Lokasi. Selain itu variabel terikatnya juga sama yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis yang digunakan juga sama-sama menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian terdahulu di Kecamatan Talun Kabupaten Blitar, sedangkan lokasi penelitian sekarang pada Toko Handphone Neophone.

6. Penelitian yang dilaksanakan oleh Wulandari, dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di Pusat Kerajinan Marmer (Kholis Marmer) Tulungagung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Dengan jumlah responden sebanyak 40 responden. Variabel dalam penelitian ini untuk variabel independennya yaitu Harga,

---

<sup>25</sup> Rohmiatin, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Home Industri Kecap Rahayu di Kecamatan Talun Kabupaten Blitar", Skripsi, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019).

Kualitas Produk dan Promosi, sedangkan untuk variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian Konsumen. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.<sup>26</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas Harga, Kualitas Produk dan Promosi. Selain itu variabel terikatnya juga sama yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis yang digunakan juga sama-sama menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian terdahulu di Pusat Kerajinan Marmer (Kholis Marmer) Tulungagung, sedangkan lokasi penelitian sekarang pada Toko Handphone Neophone.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Sandy Sinambow dan Irvan Trang selaku tentang Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado.” Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui atau untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan yang akan berpengaruh pada keputusan pembeli untuk membeli produksi di sebuah toko ritel yang berada di Manado. Menurut penulis, penelitian ini menggunakan metode “deskriptif kuantitatif”<sup>27</sup>. Ada persamaan dan juga ada

---

<sup>26</sup> Sinta Wulandari, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Pusat Kerajinan Marmer (Kholis Marmer) Tulungagung”. (Skripsi: UNP Kediri, 2018).

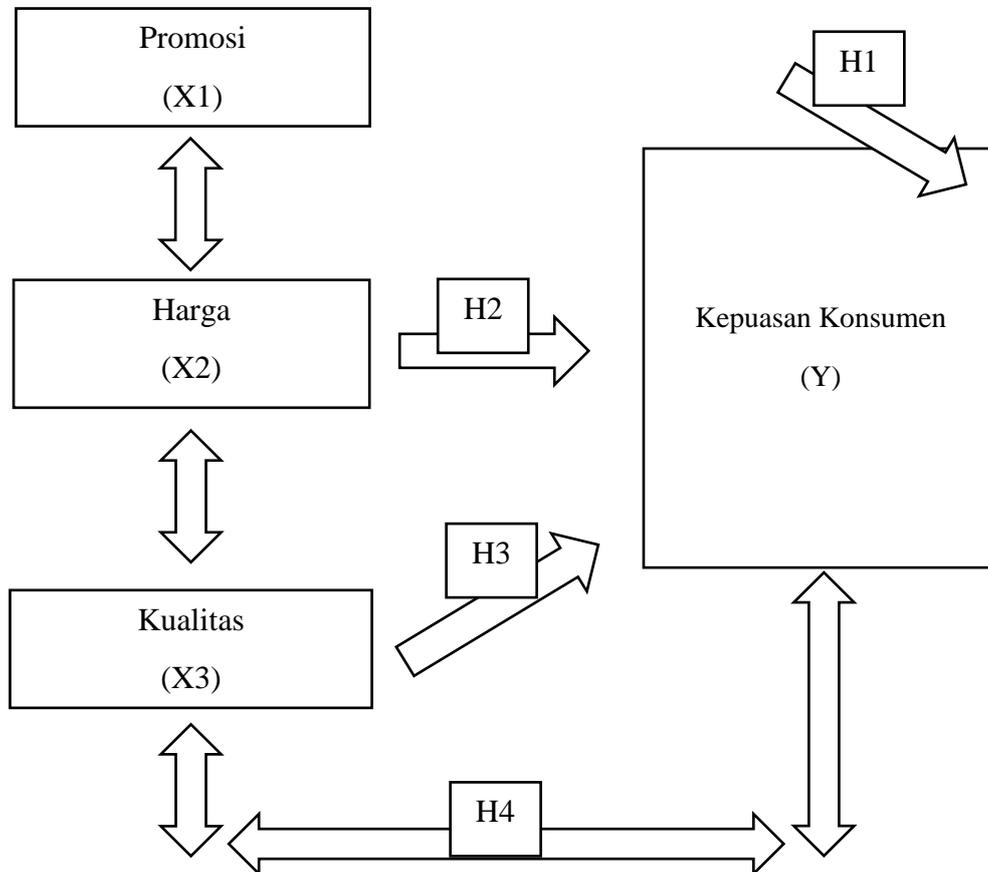
<sup>27</sup> Sandy Sinambo & Irwan Trang. “Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado”. Jurnal EMBA, Vol.3 Sept 2015.

perbedaan dalam penelitian ini. Untuk persamaan berada pada tema dan konsep yang dilakukan oleh peneliti. peneliti menggunakan variable yang bertujuan untuk melakukan analisis terhadap suatu toko ritel di daerah tertentu. Peneliti juga melihat banyak kekurangan yang harus dibenahi oleh toko ritel tersebut. Jika dilihat dari perbedaan, perbedaan itu sendiri tidak cukup mencolok dikarenakan semua yang dilakukan hampir memenuhi kriteria penulis. Hanya saja beberapa variable dari judul peneliti tidak sama. Untuk perbedaannya lagi terletak pada metode penelitian. Metode penelitian penulis menggunakan “kualitatif” dan peneliti menggunakan “kuantitatif”.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan seperti skema sebagai berikut :

**Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

Sesuai dengan tabel tersebut maka pengujian dilaksanakan dengan dua alat uji hipotesis, pertama dengan pengujian secara parsial (sendiri-sendiri) pada H1, H2, dan H3, sedangkan pengujian dilaksanakan secara simultan (bersama-sama) pada H4.

Variabel Independen : Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel Dependen : Promosi (X1)

Harga (X2)

Kualitas Pelayanan (X3)

## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan bersifat tidak tetap atau sementara dengan adanya sesuatu atau kemungkinan yang akan terjadi, dengan diikuti secara bersama perkiraan apa dan mengapa<sup>28</sup>. Disebut tidak tetap atau sementara, dikarenakan hasil jawaban penelitian hanya baru didasarkan pada teori yang mendukung serta belum berdasarkan pada fakta-fakta yang jelas dari pengumpulan data. Dapat disimpulkan hipotesis adalah dugaan sementara dan akan dibuktikan melalui penelitian yang akan dilakukan. Dari latar belakang masalah, landasan teori, kerangka berpikir tersebut dapat dirumuskan hipotesis yaitu :

H<sub>1</sub> : Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Neophone Ngunut Tulungagung

H<sub>2</sub> : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Neophone Ngunut Tulungagung

H<sub>3</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh kepuasan konsumen konsumen pada Neophone Ngunut Tulungagunh

H<sub>4</sub> : Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Neophone Ngunut Tulungagung

---

<sup>28</sup> Nandri Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 2012), hlm. 48