

NALISIS PENGARUH LOKASI USAHA, PENETAPAN HARGA JUAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA WALEU KAOS KOTA BANDAR LAMPUNG PROVINSI LAMPUNG)

ABDUS SALAM¹, ESTELEEE ELORA AKBAR², ARROHMATAN ³

¹Universitas Islam An Nur Lampung, Lampung, Indonesia,

²Universitas Islam An Nur Lampung, Lampung, Indonesia,

³Universitas Islam An Nur Lampung, Lampung, Indonesia,

Email; absalam160598@gmail.com

Abstract

Lampung Province is one of the many regions that are quite frequently visited by tourists. This is supported by a government program that invites tourists to explore the beauty of the natural and cultural reserves owned by Lampung Province. The research used is field research, namely by looking for direct data sources at the Waleu Kaos Lampung Outlet. This study uses a quantitative method, by interpreting independent variables and dependent variables. This research is descriptive analysis, namely research that tries to tell the solution to existing problems based on data. The results of the study show that the product quality variable has the most influence on consumer purchasing decisions. Where Waleu Kaos Lampung produces goods with fairly good product quality compared to other similar outlets.

Keywords: *Business Location, Selling Price, Product Quality, and Buyer Decisions*

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Pendahuluan

Perkembangan pariwisata di Indonesia belakangan ini semakin meningkat. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan PT. Telkom, jumlah wisatawan nusantara (wisnus) yang berkunjung ke Provinsi Lampung ternyata melebihi wisnus yang berkunjung ke Bali. Pada Oktober tahun 2017 lalu, Lampung menduduki peringkat kesembilan jumlah kunjungan yakni tercatat 8,8 juta wisnus, sedangkan Bali di peringkat kesebelas dengan jumlah 8,5 juta wisnus. Data tersebut diambil Kementerian Pariwisata dan PT. Telkom dengan menggunakan teknik lalu lintas pergerakan wisatawan melalui telepon

seluler. Peningkatan tak hanya wisnus tetapi juga kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) sejak 2014 juga naik tajam. Pada tahun 2014 kunjungan wisman tercatat 95.528 orang, naik menjadi 114.907 orang pada tahun 2015 dan melonjak 155.053 orang pada tahun 2016. Wisatawan Nusantara maupun Wisatawan Mancanegara yang berkunjung dan menghabiskan waktunya di Lampung sebagian besar wisatawan tersebut berkunjung ke destinasi pantai maupun pulau yang sangat terkenal di Lampung yakni Pulau Pahawang, Teluk Kiluan dan Pantai Tanjung Setia. Kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara berdampak positif terhadap ekonomi di suatu daerah, imana semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah tujuan wisata, maka akan semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tujuan wisata tersebut. Dengan adanya kegiatan konsumtif baik dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, maka akan memperbesar pendapatan dari sektor pariwisata suatu daerah.

Majunya sektor pariwisata di suatu daerah juga sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang berkunjung. Kedatangan wisatawan tersebut akan mendatangkan penerimaan bagi daerah (PAD), bagi wisatawan mancanegara yang datang dari luar negeri, kedatangan mereka akan mendatangkan devisa dalam negara. Semakin banyaknya wisatawan berkunjung maka akan memberi dampak yang positif bagi Daerah Tujuan Wisata terutama sebagai sumber pendapatan daerah, selain meningkatkan pendapatan daerah tersebut kunjungan wisatawan juga berdampak terhadap penghasilan para pelaku usaha khususnya usaha souvenir yang ada di suatu daerah. Wisatawan Nusantara maupun Wisatawan Mancanegara biasanya membeli souvenir atau oleh-oleh dari suatu daerah yang mereka kunjungi. Biasanya winus dan wisman yang berkunjung ke Lampung akan membeli buah tangan yang sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, biasanya mereka membeli kopidan keripik pisang yang sangat terkenal di Provinsi Lampung tidak hanya makanan saja, tetapi pada saat ini wisatawan lebih tertarik untuk membelikan kaos yang bercirikan daerah Lampung, mulai dari kaos yang bergambar gajah lampung, tapis, aksara Lampung, nama-nama kota dan kabupaten di Lampung dan lain sebagainya.

Hal ini membuat industri pariwisata semakin bergeliat menggarap potensi pasar yang begitu luas dan potensial. Kedatangan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara ke beberapa daerah membuat perekonomian daerah tersebut menjadi lebih baik. Tidak hanya meningkatkan pendapatan asli daerah akan tetapi masyarakat lokal pun mendapatkan penghasilan tambahan di industri ini. Provinsi Lampung merupakan salah satu dari sekian banyak daerah yang cukup banyak dikunjungi oleh para wisatawan. Hal ini di dukung oleh program pemerintah yang mengajak wisatawan mengeksplorasi keindahan cagar alam dan budaya yang dimiliki oleh provinsi Lampung. Selain menikmati indahnya tempat pariwisata, para wisatawan yang berkunjung biasanya membeli produk kerajinan atau oleh-oleh khas daerah tersebut sebagai buah tangan yang akan diberikan kepada sanak saudara yang mereka miliki(Jusmaliani, 2023).

Hal ini pun ditangkap sebagai pasar yang cukup potensial oleh pelaku usaha industri pariwisata dengan membuka toko oleh-oleh atau kerajinan tangan yang dapat memenuhi kebutuhan para wisatawan dalam hal produk lokal yang dijadikan buah tangan saat mereka berkunjung disuatu daerah. Menurut Jakson, keputusan konsumen dalam melakukan pembelian bukanlah hal yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk misalnya kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Pertimbangan yang demikian bertujuan untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Konsumen dalam memilih produk tidak hanya bergantung pada kualitas, harga dan promosinya saja tetapi juga bergantung pada nilai yang dirasakan pelanggan. Dalam persaingan bisnis, nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Secara khusus, nilai moralitas yang mendapat perhatian penting dalam bisnis ialah persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Didalam bisnis, persaingan sudah menjadi hal yang lumrah. Hal inilah yang membuat perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang berkualitas dan menciptakan inovasi-inovasi baru untuk menarik minat masyarakat. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan

respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari: Produk, Harga, Tempat dan Promosi. Strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan guna memperoleh dan mempertahankan pelanggan (Pertiwi, 2020). Bauran pemasaran merupakan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yakni tentang pengaruh lokasi usaha, penetapan harga jual dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Waleu Kaos Lampung. Berbisnis (Niaga) dalam Islam harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Islam tidak pernah melarang umatnya untuk melakukan bisnis, bahkan Nabi Muhammad pun telah mencontohkan bisnis sebagai mata pencaharian umatnya. Akan tetapi dalam berbisnis haruslah sesuai dengan ketentuan Syariat Islam. Karena itu Islam memberikan jalan yang terbaik dalam berbisnis dengan mengikuti pesan-pesan Nabi Muhammad saw, yakni sifat-sifat terpuji. Hal ini bertujuan agar bisnis yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar, mendapat kemaslahatan di dunia dan akhirat, serta mendapat ridho dari Allah SWT. Waleu Kaos Lampung adalah salah satu produsen pakaian kaos yang berumur 6 tahun lebih terhitung sejak pendiriannya di bulan Agustus 2011 lalu. Usaha yang berorientasi pada produksi souvenir khas Lampung berupa kaos yang memiliki khas yakni pada permainan kata dari produk kaos yang dijualnya. Mulai dari penggunaan bahasa Lampung, nama Kabupaten/Kota di Lampung, Pahlawan Lampung, dan berbagai tema lain yang kental dengan identitas Bumi Ruwa Jurai. Agar produk Waleu Kaos Lampung dapat dikenalkan konsumen dan menimbulkan minat beli (Firdaus, 2019).

Waleu Kaos Lampung juga salah satu dari sekian banyak toko oleh-oleh berupa sandang dan aksesoris pelengkap yang berciri khas ornamen budaya Lampung. Selain menyediakan kaos juga menyediakan berbagai produk aksesoris fashion yang berkualitas, Waleu juga menawarkan harga terjangkau kepada para konsumennya. Se jauh ini, antusiasme masyarakat akan kehadiran Waleu cukup tinggi bahkan kini, kaos buatan Waleu telah menjadi bagian dari kebanggaan masyarakat lokal Lampung sendiri. Menurut asosiasi pengusaha oleh-oleh pakaian di Bandar Lampung, Waleu kaos Lampung

menguasai pangsa pasar oleh-oleh yang ada di Bandar Lampung sebesar 22% dibandingkan dengan toko oleh-oleh lainnya seperti Singgah Pai Shop, Kawos Lampung dan lain sebagainya. Meski tergolong baru, Waleu Kaos Lampung dapat bersaing dengan toko oleh-oleh lainnya dengan yang sudah lama berdiri dengan ide yang selalu baru dan segar. Semakin gencarnya pemasaran Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam dari pesaing mengenai keunggulan dan produk-produk yang inovatif, Waleu Kaos Lampung meluncurkan produk oleh-oleh yang lebih variatif dan mudah dilihat oleh konsumen secara langsung.

THEORETICAL SUPPORT

Lokasi

Penentuan lokasi merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dengan baik dan mendalam dengan memperhatikan akan sumber daya yang mau dipakai baik sumber daya bahan baku, sumber daya manusia, transportasi, dampak terhadap lingkungan sekitar, tenaga listrik dan lainnya. Lokasi sebuah perusahaan adalah untuk jangka panjang dan investasi awal pembangunan gedung, serta tidak dapat dengan mudah dipindahkan dan dijual kembali (Jatmiko dkk., 2019). Dan barangsiapa member syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. Merujuk dari ayat diatas suatu perbuatan yang memberikan kebaikan kepada orang lain maka seorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah, begitu juga sebaliknya jika seorang hamba itu memberikan sesuatu atau manfaat yang buruk kepada orang lain maka hamba tersebut juga akan menanggungnya. Jadi pemilihan lokasi harus memberikan kebaikan untuk lingkungan sekitar karena hal tersebut secara langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan ditempat tersebut.

Baik lokasi maupun saluran pilihannya sangat bergantung pada kriteria pasaran sifat dari jasa itu sendiri. Misalnya dalam jasa pengiriman barang, bila pasar menginginkan pengiriman yang cepat dan tepat waktu serta sifat barang yang tidak tahan lama, maka lokasi yang harus dipilih harus strategis dan channel sebaiknya direct sales supaya dapat terkontrol. Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan keuntungan bagi

suatu usaha, baik dari sisi financial maupun non finansial. Misalnya, dapat memberikan pelayanan yang aman dan nyaman kepada konsumen memuaskan, kemudahan untuk memperoleh alat penunjang yang disediakan untuk publik seperti sarana dan prasarana, seperti adanya transportasi yang dapat mempermudah menjangkau bahan baku dalam jumlah dan waktu yang telah diperhitungkan.

Harga

Pengertian harga banyak dihubung-hubungkan dengan beberapa hal, tetapi semua berawal dari hal-hal yang sederhana yang tidak dipahami oleh masyarakat. Maksudnya bahwa banyak yang belum memahami makna harga, walaupun konsepnya cukup mudah didefinisikan dengan istilah umum. Beberapa konsep yang saling berkaitan dalam teori ekonomi yaitu: harga (price) dan nilai (utility). Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat ditukar dengan produk lain. Sedangkan manfaat atribut sebuah barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan (Khoirudin & Khasanah, 2022). Menurut Micheal J. Etzal, harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Di dalam ilmu

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen (Aswad dkk., 2018). Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Jadi menurut perusahaan penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting, karena penetapan harga jual adalah suatu keputusan atau strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Saraswati & Prihadini, 2020). Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi

setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai perusahaan. Ajaran Islam memberikan jalan tengah yang adil untuk berbagai pasangan antara dunia dengan akhirat, antara rasio dengan hati, antara rasio dengan norma, antara idealism dengan fakta, antara individu dengan masyarakat, antara konsumen dengan produsen, dan sebagainya. Ajaran Islam mengacu pada berbagai sumber yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan As-sunnah (Johan Nasution, 2014). Penetapan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan keadilan-keadilan sering kali dipandang sebagai intisari dari ajaran Islam dan nilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan. Harga yang adil ini dijumpai dalam beberapa terminologi, antara lain: *si'r al-mithl*, *thaman al-mithl* dan *qimah al-adl*. Istilah *qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah saw. dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-adl* (Sahih Muslim). Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari'at Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil adalah yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (*kedzoliman*) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya (Johari, 2020).

Produk

Pengertian sempit dari produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam suatu bentuk yang serupa dan telah dikenal. Sementara pengertian luas produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (tangible) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan ekonomi. Agar produk yang dibuat diterima pasar, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas sesuai dengan keinginan nasabah. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus (Wijaya & Sirine, 2016). Seorang muslim dalam menjalankan proses produksinya tidak semata mencari keuntungan maksimum untuk menumpuk aset kekayaan. Berproduksi bukan semata-mata profit ekonomis yang diperbolehkan, tetapi seberapa penting manfaat dan keuntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat. Seorang muslim harus menggunakan kemampuan akhlaknya (kecerdasannya), serta profesionalitas dalam mengelola sumberdaya. Karena faktor produk yang digunakan untuk menyelenggarakan proses produksi sifatnya tidak terbatas, manusia perlu mengoptimalkan kemampuan yang telah diberikan oleh Allah SWT. Produksi dalam Islam juga menyatakan bahwa adanya sikap tawazun (keberimbangan) antara dua kepentingan, yaitu kepentingan umum dan kepentingan khusus. Keduanya tidak dapat dianalisis secara hierarkis, melainkan harus sebagai satu kesatuan. Produksi juga akan menjadi haram apabila barang yang dihasilkan membahayakan masyarakat mengingat adanya pihak-pihak yang dirugikan dari keharidan produk (Yulita, 2018).

Konsumen

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan (decision) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternative tindakan atau perilaku. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih

salah satu diantaranya hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan (choice) yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu di antara tindakan alternatif yang ada. Tidak berarti bahwa proses pengambilan keputusan harus muncul setiap saat perilaku tersebut dinyatakan. Proses pengambilan keputusan selanjutnya tidak diperlukan lagi dan beberapa perilaku tidak dilakukan secara sengaja dan sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan (Jufidar dkk., 2019). Dalam Islam pengambilan keputusan bagi pemimpin yang beriman selalu dapat mencari dan menemukan dasarnya didalam firman-firman Allah swt. dan Hadist Rasulullah saw.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Tanpa musyawarah persamaan dan adil itu sulit atau bahkan mustahil bisa dipenuhi, karena hanya dalam musyawarah setiap orang memiliki persamaan hak untuk mendapatkan kesempatan secara adil untuk mengungkapkan pendapat dan pandangan masing-masing terhadap masalah yang sedang dirundingkan (Warisno, 2021). Menurut Al-Maraghi adil diartikan, menyimpulkan hak pada peliknya secara nyata artinya, makna keadilan atau adil menekannya pada penetapan hak-hak yang menjadi milik seseorang. Sedangkan Al-Raghib mengartikannya dengan “memberi penghargaan yang sama”. Sayyid Quthub menekannya atas dasar persamaan sebagai asas kemanusiaan yang dimiliki oleh setiap orang. Dalam hal ini ia menyatakan bahwa keadilan itu bersifat inklusif tidak eksklusif untuk golongan tertentu saja (Rahayu & Ruhamak, 2017).

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Maka dari uraian masalah yang ada, dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut: H0: Lokasi Usaha tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Waleu Kaos Lampung. H1: Lokasi Usaha Berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Waleu Kaos Lampung. H0: Penetapan Harga Jual tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen Waleu Kaos Lampung. H2: Penetapan Harga Jual Berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waleu Kaos Lampung. H0: Kualitas Produk tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waleu Kaos Lampung. H3: Kualitas Produk Berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waleu Kaos Lampung. H0: Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waleu Kaos Lampung. H4: Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waleu Kaos Lampung.

Landasan Teori

Sedangkan penelitian pustaka (Library Reasearch) yaitu bertujuan untuk mengumpulkan data yang terdapat diruangan perpustakaan seperti: buku-buku, majalah, dan tulisan lainnya yang mengenai pembahasan materi judul proposal skripsi ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menginterpretasikan variabel independen dan variabel dependen.

Metodologi

Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (fieldresearch) yaitu dengan mencari sumber-sumber data langsung di Outlet Waleu Kaos Lampung Penelitian lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau tempat penelitian yaitu yang berkenaan dengan keputusan pembelian konsumen di Waleu Kaos Lampung (Afkari et al., 2022). Sedangkan penelitian pustaka (Library Reasearch) yaitu bertujuan untuk mengumpulkan data yang terdapat diruangan perpustakaan seperti: buku-buku, majalah, dan tulisan lainnya yang mengenai pembahasan materi judul proposal skripsi ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menginterpretasikan variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono & Lestari, 2021). Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Berdasarkan pengertian diatas, maka pengertian

deskriptif yang penulis maksudkan adalah penelitian yang menggambarkan peristiwa yang terjadi di lapangan apa adanya dalam hal ini tentang keputusan pembelian konsumen (Agustianti et al., 2022).

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel Lokasi Usaha memiliki nilai t_{hitung} sebesar -0,927 dengan signifikansi sebesar 0,357. Hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel} (-0,927 < 1,40)$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga lokasi usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah usaha (Subakti et al., 2023). Pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi juga tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap tingkat penjualan dan kesuksesan sebuah usaha. Penentuan lokasi juga harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, begitu pun dengan penetapan lokasi usaha outlet Waleu Kaos Lampung dimana lokasi usaha berada di pusat kota Bandar Lampung dan sangat terjangkau oleh konsumen menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Lokasi usaha outlet tersebut juga sangat memperhatikan kepuasan pelanggan saat sedang melakukan pembelian, dimana dengan menyediakan tempat berbelanja yang nyaman dan memiliki rasa aman.

2. Pengaruh Penetapan Harga Jual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel Penetapan Harga Jual Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki nilai t_{hitung} sebesar -0,051 dengan signifikansi sebesar 0,959. Hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel} (-0,051 < 1,40)$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, sehingga Penetapan Harga Jual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Suta & Mahagangga, 2018). Harga yang murah dengan kualitas

tinggi akan menjadikan konsumen tidak percaya dengan produk yang dihasilkan, sebaliknya juga harga yang mahal dengan kualitas produk yang rendah akan menyebabkan konsumen kurang percaya dengan produk tersebut yang menyebabkan keputusan pembelian tidak terjadi. Outlet Waleu Kaos Lampung menetapkan harga jual yang cukup tinggi dibandingkan dengan outlet lainnya, akan tetapi mereka menjual produk dengan kualitas yang sangat baik (Lubis, 2015). Sehingga para konsumen tidak merasa berat dengan harga yang ditetapkan oleh outlet tersebut, karena produk yang didapat oleh konsumen sesuai dengan apa yang konsumen inginkan.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai t hitung sebesar 3,610 dengan signifikansi sebesar 0,001. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,610 > 1,40$) maka H_0 di tolak dan H_3 diterima dengan kata lain kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Clark yang mendefinisikan kualitas produk sebagai “How consistently the product or service delivered meets or exceeds the customer’s expectation and needs”. Dengan kata lain, meskipun menurut produsen, barang atau jasa yang dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik, namun jika tetap belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, maka kualitas barang atau jasa yang dihasilkannya tersebut tetap dinilai sebagai suatu yang memiliki kualitas yang rendah. Disamping harus memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, baik buruknya kualitas barang atau jasa yang dihasilkan juga dapat dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat. Hal di atas juga merupakan alasan variabel kualitas produk paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dimana Waleu Kaos Lampung memproduksi barang dengan kualitas produk yang cukup baik dibandingkan dengan outlet sejenis lainnya. Outlet tersebut juga tak hanya memikirkan kualitas dari segi bahan nya saja, tetapi juga dari segi desain yang sangat menarik minat beli konsumen. Dimana tidak akan ada desain yang sama yang di perjual belikan di outlet sejenis

dimanapun tempatnya dan 1 desain hanya di produksi beberapa saja. Sehingga, konsumen merasa tertarik dan ingin membeli produk tersebut untuk dipakai maupun dijadikan buah tangan. Sesuai dengan jawaban responden pada poin ke 4 sebanyak 48 responden atau 55% memilih jawaban sangat setuju yaitu Produk Waleu Kaos Lampung memiliki desain yang bagus dan sangat menarik minat konsumen.

4. Pengaruh Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan, sehingga dapat merugikan orang lain. Allah SWT melarang umatnya untuk menghancurkan atau merusak yang ada di muka bumi, melainkan menjaga dan melindunginya. Begitu juga dengan penentuan lokasi usaha yang tepat diharapkan bukan memberikan efek negatif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar, akan tetapi memberikan efek positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar usaha tersebut. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Dalam hal Penetapan Harga, penelitian ini sejalan dengan salah satu ajaran Islam, harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan (qimah al-adl) dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Islam memprioritaskan kebaikan akan kualitas untuk segala sesuatu terutama barang-barang produksi yang akan dikonsumsi yang mana nantinya akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Sebagai konsumen kita wajib mengetahui bahwa produk yang kita konsumsi tersebut aman dan halal untuk dikonsumsi tubuh kita. Halal disini maksudnya adalah agar setiap umat Islam dapat memperhatikan produk yang dikonsumsi baik bahan-bahan yang terkandung dalam produknya, cara pengelolaannya, serta mendapatkan produk tersebut, apakah sudah termasuk dalam produk yang layak dikonsumsi atau tidak (Warisno, 2021).

Kesimpulan

Lokasi Usaha dan Penetapan Harga Jual tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil ini dapat dilihat dari membandingkan nilai thitung dengan tabel.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan juga memikirkan dari variabel lain misalnya dari segi promosi dan desain produk yang harus lebih ditingkatkan agar dapat meningkatkan jumlah penjualan di outlet Waleu Kaos Lampung.
2. Outlet Waleu Kaos Lampung masih sangat jarang sekali untuk memberikan diskon-diskon atau potongan harga kepada konsumen. Dengan demikian diharapkan bagi outlet Waleu untuk sering-sering memberikan diskon maupun potongan harga kepada konsumen. Agar akan semakin membuat konsumen tertarik untuk membeli dengan jumlah yang cukup banyak dan dapat meningkatkan pendapatan di outlet tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih dalam dan luas mengenai permasalahan pemahaman tentang Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan sampel yang lebih besar dan metode analisis yang berbeda dan menambah variabel-variabel lain agar dapat mempengaruhi tingkat penjualan. (Subakti et al., 2023)

Ucapan terima kasih

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada siapapun yang sudah mendukung untuk melakukan penelitian ini. Khususnya kepada pembimbing yang senantiasa membimbing dengan sabar dan penuh keikhlasan. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada cipitas yang sudah mendukung terhadap penelitian ini.

Referensi

- Afkari, S. G., Subekti, H. I., Suadun, J., Parida, P., Aziwantoro, J., Maisah, M., & Jamrizal, J. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia di Madrasah. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 498–513.
- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., & Ikhrum, F. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. TOHAR MEDIA.

- Firdaus, M. (2019). Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Al-Muamalat Jurnal Hukum & Ekonomi Syaria*, IV No 4, 100.
- Johan Nasution, B. (2014). Kajian Filosofis Tentang Konsep Keadilan Dari Pemikiran Klasik Sampai Pemikiran Modern. *Yustisia Jurnal Hukum*, 3(2). <https://doi.org/10.20961/yustisia.v3i2.11106>
- Jusmaliani, M. E. (2023). *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Bumi Aksara.
- Lubis, U. A. (2015). Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan Di SMA Islam Al-Ulum Terpadu Medan. *Analytica Islamica*, 4(1), 167–186. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/view/463>
- Rahayu, B., & Ruhamak, M. D. (2017). Pengaruh Kepemimpinan, Insentif, Remunerasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Pt Industri Sandang Pangan Nusantara Cilacap). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v2i1.15>
- Subakti, B., Efrina, L., Akbar, E. E., Usaha, L., Jual, H., Produk, K., & Pembeli, K. (2023). Analisis Pengaruh Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01(01), 3–08.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Suta, P. W. P., & Mahagangga, I. G. A. O. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i01.p26>
- Warisno, A. (2021). *JPdK Volume 3 Nomor 2 Tahun 2021 Halaman 197-206 JURNAL PENDIDIKAN dan KONSELING Research & Learning in Primary Education Meningkatkan Mutu Tenaga Pendidik Melalui Implementasi Perencanaan Strategis Disekolah Menengah Pertama*. 3.