

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Perusahaan

1. Profil Usaha

Nama : CV Mondasari Bakery
Alamat : Jl.Krukut Lio, Kelurahan Krukut Rt 001 Rw
003 Kecamatan Taman Sari (Jakarta Barat)
Telp : 0216323404

2. Sejarah Usaha

Awal mula berdirinya CV. Mondasari Bakery ini berdiri pada tahun 2000 Nama pemilik Bapak Sartono. Dengan bekal sebagai marketing di perusahaan kue Double Colla Bapak sartono akhirnya mempunyai keinginan untuk memproduksi kue, setelah melihat peluang yang bagus dan tekad yang kuat akhirnya Bapak Sartono mulai membuka usaha sendiri dan mempunyai karyawan sebanyak 12 orang diantaranya 8 laki-laki dan 4 perempuan, untuk produk pertama adalah kue brownies, seiring berjalannya waktu dan permintaan konsumenpun semakin banyak akhirnya Bapak Sartono menambah inovasi kue lainnya seperti:

1. Brownies kukus
2. Brownies panggang
3. Bolu ketan item
4. Bolu gulung
5. Lapis legit
6. Roll cake
7. Bolu pandan

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden yang dipakai adalah usia, jenis dan kelamin.

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi(Orang)	Persentase(%)
1.	15 – 22	4	5
2.	23 – 30	16	19
3.	31 – 40	64	74
4.	>40	2	2
	Jumlah	86	100

Sumber: Data Primer yang telah diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang melakukan transaksi sebagian besar berada pada kisaran umur produktif yakni 31 hingga 40 tahun sebanyak 74% dari total

responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 86 responden yang diambil 64 orang diantaranya atau yang paling banyak bertransaksi dalam penelitian ini adalah yang berusia 31 sampai 40 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabelberikut ini:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi(Orang)	Persentase(%)
1.	Laki-laki	29	34
2.	Perempuan	57	66
	Jumlah	86	100

Sumber: Data Primer yang telah diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang paling sering melakukan transaksi pembelian dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan 57orang, sedangkan berjenis kelamin laki-laki 29orang.

C. Hasil Analisis Data

1. Data Responden

a. Variabel X (Strategi Penetapan Harga)

Tabel 4.3
Data Hasil Kuesioner

Nomor Responden	Nomor Pernyataan								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	3	4	4	3	4	3	29
2	4	4	4	4	3	3	4	4	30

3	4	3	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	2	4	4	4	4	30
5	4	4	3	2	3	4	4	4	28
6	3	3	3	4	4	4	4	4	29
7	4	5	4	3	4	4	4	3	31
8	4	5	3	4	4	2	4	5	31
9	4	4	5	5	4	5	4	5	36
10	4	4	3	3	4	4	4	4	30
11	4	4	5	4	5	5	4	3	34
12	5	4	4	4	4	4	4	4	33
13	4	4	3	3	4	3	4	4	29
14	4	4	5	4	4	4	4	4	33
15	4	5	4	5	3	4	5	4	34
16	2	3	4	2	3	4	4	4	26
17	4	4	5	5	3	3	4	5	33
18	4	5	4	4	5	3	4	4	33
19	3	4	4	4	5	4	4	3	31
20	4	3	3	4	4	5	5	3	31
21	4	4	3	3	4	5	4	4	31
22	3	4	4	3	4	5	4	5	32
23	4	4	3	4	4	4	4	4	31
24	4	4	4	3	3	4	4	5	31
25	4	4	3	3	4	4	5	5	32
26	3	4	4	3	4	4	5	3	30
27	4	4	4	4	5	5	4	4	34
28	4	4	4	5	4	4	5	4	34
29	3	3	4	4	3	3	4	3	27
30	4	4	4	4	5	5	5	5	36
31	4	5	3	4	3	4	5	5	33
32	4	4	5	4	4	3	4	4	32
33	4	4	4	5	3	4	4	5	33
34	4	4	4	3	4	4	5	5	33

35	3	3	4	3	3	4	4	3	27
36	4	4	5	5	5	5	4	5	37
37	3	4	4	3	3	4	3	3	27
38	4	4	4	5	4	3	4	5	33
39	4	4	4	5	4	5	5	5	36
40	4	4	4	4	3	4	4	5	32
41	3	4	4	3	3	4	3	3	27
42	3	3	4	3	3	4	4	3	27
43	4	4	4	5	3	4	4	3	31
44	4	4	4	4	3	3	4	4	30
45	3	3	4	4	3	3	4	3	27
46	4	4	4	4	5	5	4	4	34
47	5	5	4	4	4	3	5	3	33
48	4	4	4	4	3	3	4	3	29
49	3	4	4	3	5	5	4	4	32
50	5	5	4	4	4	4	5	3	34
51	4	4	4	4	2	2	4	4	28
52	3	4	4	4	3	4	4	3	29
53	4	4	4	4	5	5	4	3	33
54	3	4	4	4	3	3	4	4	29
55	4	4	4	4	2	3	4	3	28
56	5	4	4	4	3	4	4	3	31
57	5	4	4	4	5	4	4	3	33
58	5	5	4	4	3	4	4	4	33
59	5	5	5	4	4	4	3	3	33
60	5	4	4	4	4	3	4	4	32
61	4	4	5	5	4	4	4	3	33
62	4	4	4	4	3	4	4	3	30
63	3	4	4	4	4	3	3	3	28
64	4	4	4	5	5	3	4	4	33
65	4	4	4	4	5	3	4	3	31
66	4	4	3	4	4	4	3	4	30

5	5	3	3	4	3	4	4	4	30
6	3	3	3	4	4	4	3	3	27
7	3	4	3	3	4	4	4	4	29
8	4	5	4	4	5	4	4	5	35
9	4	4	5	4	5	4	5	5	36
10	4	4	4	3	4	4	4	3	30
11	4	5	5	5	5	4	4	4	36
12	4	4	5	5	4	4	4	4	34
13	4	4	4	4	4	4	3	3	30
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	5	3	4	5	4	5	34
16	3	3	4	4	3	5	4	4	30
17	4	4	3	5	3	4	5	4	32
18	4	4	5	3	5	4	4	5	34
19	4	4	3	4	3	5	3	4	30
20	4	3	3	4	4	4	4	5	31
21	4	4	5	5	4	4	3	5	34
22	4	4	4	3	4	4	4	3	30
23	4	4	4	4	5	5	4	4	34
24	4	3	4	4	5	4	3	4	31
25	3	3	4	4	4	5	3	4	30
26	4	4	3	4	4	3	4	4	30
27	4	4	5	4	5	4	4	4	34
28	4	4	4	4	5	4	5	4	34
29	4	3	3	4	3	4	3	3	27
30	4	4	4	5	4	5	5	5	36
31	4	4	4	4	5	4	3	4	32
32	4	4	3	4	4	3	4	4	30
33	4	4	4	4	4	5	3	4	32
34	4	4	4	5	4	4	5	4	34
35	4	3	4	3	4	4	3	4	29
36	4	4	5	4	4	4	5	3	33

37	4	4	3	4	4	3	3	3	28
38	4	4	5	4	5	4	4	4	34
39	5	4	5	3	4	5	4	4	34
40	4	3	5	4	4	4	3	3	30
41	4	4	5	4	3	4	4	3	31
42	5	4	5	3	3	4	4	3	31
43	5	3	5	4	4	4	3	3	31
44	5	4	5	3	4	4	4	4	33
45	5	4	5	3	4	5	4	3	33
46	5	3	5	4	4	5	4	3	33
47	4	4	3	3	4	4	3	4	29
48	5	4	5	3	4	5	4	3	33
49	4	3	4	3	3	4	4	3	28
50	4	4	4	4	3	3	4	4	30
51	4	4	5	3	3	4	3	3	29
52	4	4	4	3	3	4	4	3	29
53	4	4	4	4	3	4	4	3	30
54	4	4	4	4	3	3	4	3	29
55	4	4	4	3	4	3	3	3	28
56	5	4	5	3	4	5	4	3	33
57	4	3	3	4	4	3	4	3	28
58	4	4	3	3	4	4	3	4	29
59	4	4	3	4	3	4	4	3	29
60	3	4	5	5	4	4	4	3	32
61	4	4	5	3	4	4	3	4	31
62	4	4	4	3	3	4	4	3	29
63	4	4	3	4	3	4	4	3	29
64	5	4	5	4	4	5	4	4	35
65	4	5	4	4	5	5	4	5	36
66	5	4	4	5	4	5	4	5	36
67	4	4	4	4	3	4	3	3	29
68	4	4	3	4	4	3	4	3	29

69	4	4	4	5	4	4	3	4	32
70	4	4	4	3	4	4	3	4	30
71	4	4	3	4	3	4	4	3	29
72	5	4	5	4	4	5	4	4	35
73	5	4	5	3	4	5	4	3	33
74	4	4	4	5	4	5	4	4	34
75	4	5	4	4	5	4	4	5	35
76	4	4	4	4	4	4	4	3	31
77	4	4	5	4	4	3	4	3	31
78	4	4	4	4	3	5	3	4	31
79	4	5	4	5	4	5	5	4	36
80	4	4	4	5	4	4	3	4	32
81	4	4	4	5	4	3	4	4	32
82	5	5	4	4	5	4	5	5	37
83	4	4	4	5	4	5	4	3	33
84	4	4	4	5	5	3	4	4	33
85	4	4	5	5	4	4	4	3	33
86	4	4	5	5	4	4	3	4	33

Sumber: Data Primer yang telah diolah

2. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan Analisis Korelasi. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program **SPSS**. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,10 menunjukkan sebagai item yang valid. Pengujian validitas dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini.

a. Variabel X (Strategi Penetapan Harga)

Tabel 4.5

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	skor_total
X1	Pearson Correlation	1	.527**	.057	.280**	.142	-.064	.145	.063	.535**
	Sig. (2-tailed)		.000	.605	.009	.192	.558	.183	.562	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2	Pearson Correlation	.527**	1	.093	.212*	.061	-.082	.142	.073	.475**
	Sig. (2-tailed)	.000		.394	.050	.579	.451	.192	.504	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X3	Pearson Correlation	.057	.093	1	.407**	.116	.041	-.162	-.090	.396**
	Sig. (2-tailed)	.605	.394		.000	.287	.707	.135	.412	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X4	Pearson Correlation	.280**	.212*	.407**	1	.089	-.116	.113	.028	.555**
	Sig. (2-tailed)	.009	.050	.000		.414	.286	.300	.800	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X5	Pearson Correlation	.142	.061	.116	.089	1	.320**	-.005	.034	.531**
	Sig. (2-tailed)	.192	.579	.287	.414		.003	.961	.758	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X6	Pearson Correlation	-.064	-.082	.041	-.116	.320**	1	.053	.075	.387**
	Sig. (2-tailed)	.558	.451	.707	.286	.003		.631	.495	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X7	Pearson Correlation	.145	.142	-.162	.113	-.005	.053	1	.238	.359**
	Sig. (2-tailed)	.183	.192	.135	.300	.961	.631		.027	.001
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X8	Pearson Correlation	.063	.073	-.090	.028	.034	.075	.238	1	.418**
	Sig. (2-tailed)	.562	.504	.412	.800	.758	.495	.027		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
skor_total	Pearson Correlation	.535**	.475**	.396**	.555**	.531**	.387**	.359**	.418**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Dari hasil perhitungan tabel 4.5 Correlations di dapat pengujian hasil uji validitas strategi penetapan harga seperti tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Penetapan Harga

No soal	r Hitung	Syarat	Keterangan
1	0,535	>0,300	Item soal valid
2	0,475	>0,300	Item soal valid
3	0,396	>0,300	Item soal valid
4	0,555	>0,300	Item soal valid
5	0,531	>0,300	Item soal valid
6	0,387	>0,300	Item soal valid
7	0,359	>0,300	Item soal valid
8	0,418	>0,300	Item soal valid
9	1	>0,300	Item soal valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

b. Variabel Y (Minat Beli)

Tabel 4.7

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	skor_total
Y1	Pearson Correlation	1	.088	.343**	-.203	.019	.288**	.194	-.028	.373**
	Sig. (2-tailed)		.422	.001	.061	.866	.007	.074	.799	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y2	Pearson Correlation	.088	1	.133	.135	.309**	.030	.319**	.299**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.422		.223	.217	.004	.783	.003	.005	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y3	Pearson Correlation	.343**	.133	1	-.058	.250*	.289**	.111	.019	.540**
	Sig. (2-tailed)	.001	.223		.595	.020	.007	.308	.863	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y4	Pearson Correlation	-.203	.135	-.058	1	.132	-.042	.174	.221*	.371**

	Sig. (2-tailed)	.061	.217	.595		.224	.702	.109	.041	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y5	Pearson Correlation	.019	.309**	.250*	.132	1	.016	.126	.491**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.866	.004	.020	.224		.883	.249	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y6	Pearson Correlation	.288**	.030	.289**	-.042	.016	1	.093	.183	.464**
	Sig. (2-tailed)	.007	.783	.007	.702	.883		.396	.091	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y7	Pearson Correlation	.194	.319**	.111	.174	.126	.093	1	.173	.526**
	Sig. (2-tailed)	.074	.003	.308	.109	.249	.396		.110	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y8	Pearson Correlation	-.028	.299**	.019	.221*	.491**	.183	.173	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.799	.005	.863	.041	.000	.091	.110		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
skor_total	Pearson Correlation	.373**	.530**	.540**	.371**	.597**	.464**	.526**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Dari hasil perhitungan tabel 4.7 Correlations di dapat pengujian hasil uji validitas Minat Beli seperti tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Rangkuman Hasil Uji Validitas Minat Beli

No soal	r Hitung	Syarat	Keterangan
1	0,373	>0,300	Item soal valid
2	0,530	>0,300	Item soal valid
3	0,540	>0,300	Item soal valid
4	0,371	>0,300	Item soal valid

5	0,597	>0,300	Item soal valid
6	0,464	>0,300	Item soal valid
7	0,526	>0,300	Item soal valid
8	0,608	>0,300	Item soal valid
9	1	>0,300	Item soal valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Strategi Penetapan Harga	0,673	Reliabel
Minat Beli	0,703	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

4. Uji Asumsi Klasik

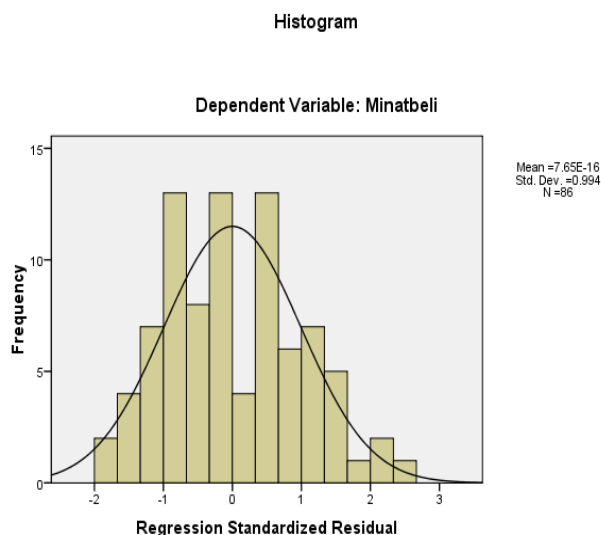
Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik. Berikut ini adalah pengujian terhadap asumsi klasik dalam model regresi.

a. Uji Normalitas

Deteksi normalitas data digunakan dengan cara melihat penyebaran data (titik) pada diagonal dari *scatter diagram* (diagram penyebaran data). Dasar pengambilan keputusan yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis itu, maka model regresi memenuhi asumsi-asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, atau bahkan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS 16, uji normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan model histogram dan model grafik P-P Plot.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Data dengan Histogram

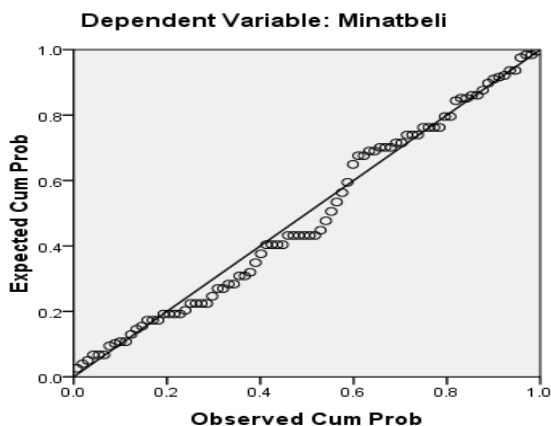


Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Berdasarkan gambar 4.1 di atas hasil dari output SPSS kurva pada gambar 4.1 tidak condong (miring) ke kiri maupun ke kanan, namun cenderung di tengah dan berbentuk seperti lonceng. Maka gambar memiliki kecenderungan terdistribusi secara normal, dan dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan. Sedangkan pengujian dengan menggunakan P-Plot, terlihat berikut ini :

Gambar 4.2
Grafik Normal P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



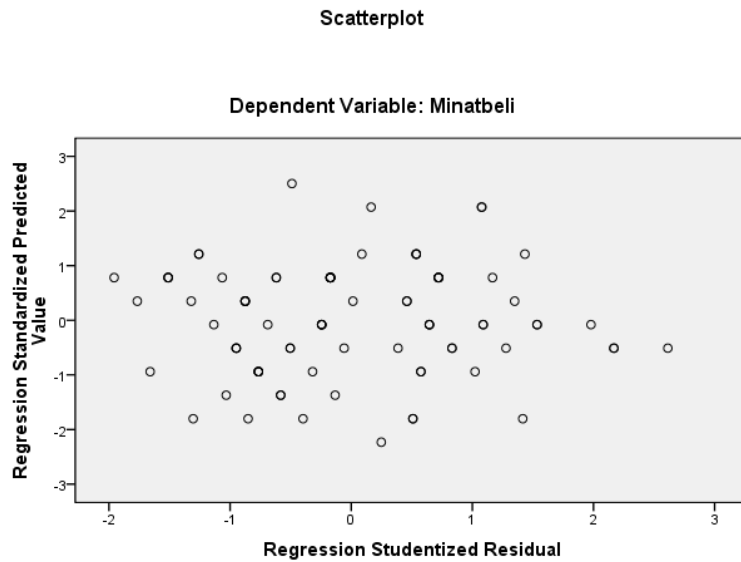
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Berdasarkan hasil olahan data yang terlihat pada gambar di atas, diperoleh bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis itu, maka model regresi memenuhi asumsi-asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Scatter Plot. Jika tidak terdapat variabel yang signifikan maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian pada lampiran sebagaimana juga pada Gambar 4.3 berikut:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana (simple linear regression) digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh strategi penetapan harga terhadap minat beli, dimana posisi strategi penetapan harga variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows versi 16.0. hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.587	3.302		5.629	.000
	Strategipenetapan Harga	.418	.106	.397	3.961	.000

a. Dependent Variable Y: Minatbeli

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Dari hasil output tersebut diperoleh model persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 18,587 + 0,418 X$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

$a = 18,587$, konstanta sebesar 18,587 menyatakan bahwa jika tidak ada strategi penetapan harga, maka hal ini menunjukkan minat beli sebesar 18,587.

$b = 0,418$, mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli (Y) dengan koefisien regresi sebesar 0,418 menyatakan bahwa strategi penetapan harga(X) akan meningkatkan minat beli sebesar 0,418.

6. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Pengujian secara parsial (Uji-t) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau secara individual, dan dapat pula digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas yang paling dominan. Secara teknis pengujiannya dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha = 0,1$.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli

Ha : Terdapat pengaruh antara Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli

untuk mengetahui variabel *independem*(strategi penetapan harga) terhadap variabel *dependen* (minat beli) ditunjukkan pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.587	3.302		5.629	.000
	Strategipenetapan harga	.418	.106	.397	3.961	.000

a. Dependent Variable: Minatbeli

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Berdasarkan hasil uji t diatas variabel Strategi penetapan harga (X) diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,961$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,1, didapat t_{tabel} sebesar 1.663. Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka hipotesis dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti strategi penetapan harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli.

7. Uji Koefisien Determinasi(Uji R Square)

Tabel 4.12
Hasil Uji R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 ^a	.157	.147	2.26206

a. Predictors: (Constant), Strategi penetapan harga

b. Dependent Variable: Minatbeli

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS VERSI 16.0

Dari tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa output SPSS versi 16.0 terlihat bahwa nilai R square atau koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,157. Hal ini berarti 15,7% variabel strategi penetapan harga dijelaskan oleh variabel minat beli, sedangkan sisanya yaitu 84,3% minat beli dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. misalnya lokasi, promosi, distribusi dan lain-lain.

D. Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Bursa Kue Menurut Ekonomi Islam

Menurut KBBI harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau

jasa didalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility, merupakan konsep yang saling berhubungan, yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (*Needs*), keinginan (*Wants*) dan Memuaskan Konsumen¹

Haraga menurut rahman syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang di ridhoi oleh kedua pihak yang akad.²

Harga yang adil dalam Islam banyak digunakan dan yang telah mengkondisikan hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat yang dijual, perebut kekuasaan, memaksa menimbun barang untuk menjual barang timbunannya, membuang jaminan atas hak milik, dan sebagainya. Secara umum, mereka berpikir bahwa harga yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang sama serta pada waktu dan tempat diserahkan.

Dalam proses menetapkan harga maka kaedah yang paling tepat untuk mengukurnya adalah jangan sampai menyebabkan kedua pihak merasa dirugikan. Harga yang ditetapkan kepada suatu barang atau produk yang dikeluarkan jangan sampai merugikan para pengguna dan jangan mengabaikan hak penjual untuk

¹Buchari Alma, *Manjemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung : Alfabeta 2007),169

² Prof.DR.H.Rachmat Syafei, MA.*Fiqih Muamalah* (Bandung : Pustaka Setia, 2000) h.87

mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, harga yang ditetapkan jangan terlalu tinggi sehingga merugikan para pembeli. Pada waktu yang sama, harga juga tidak boleh terlalu rendah sehingga dapat merugikan diri sendiri. Sebaliknya, ia mesti berada posisi tengah atau sedang. Ini sejajar dengan sifat Ibadurahman (Hamba Allah) yang bersifat pertengahan dalam melakukan pembelanjaan sebagaimana yang dicatatkan dalam Al-qur'an:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ

قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) itu di tengah-tengah antara yang demikian.” (QS.Al-Furqaan: 67)³

Ulama fikih sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai dalam Al-Qur'an. Adapun dalam hadist Rasulullah SAW dijumpai beberapa riwayat yang menurut logisnya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum at-tas'ir al jabari, menurut kesepakatan ulama fikih adalah al-maslahah al-mursalah (kemashlahatan).

Ibnu Taimiyah (1236-1328) dalam kitabnya Majmu Fatawa Syakh Al-Islam dan kitab Al-Hisbah fi Islam. Ibnu

³Depertemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Diponogoro, 2008), 67.

Taimiyah menyatakan perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan. Sedangkan permintaan ditentukan oleh selera dan pendapatan. Dan menurut Ibnu Taimiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai dengan aturan, kenaikan yang terjadi merupakan kehendak Allah.⁴

⁴Rozalinda, *Ekonomi Islam*, 169-170.