BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis tidak bisa dihindari di era globalisasi ini. Pemasar yang menjual barang dan jasa harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya agar dapat memberikan nilai yang lebih baik dari pesaingnya. Pemasar harus berusaha mempengaruhi konsumen dengan cara apapun agar mereka mau membeli produk yang mereka tawarkan, meskipun pada awalnya mereka tidak ingin membeli.[1]

Ekonomi mikro adalah cabang lain dari ekonomi yang berfokus pada perilaku ekonomi rumah tangga individu, bisnis, dan pasar, dan menyediakan metode bagi individu atau rumah tangga perusahaan untuk mengelola sumber daya ekonomi mereka agar dapat digunakan secara efisien.

[1] Supranto dan Nandan Limakrisna, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011, h.i.

Ekonomi mikro adalah studi tentang perilaku konsumen dan perusahaan, serta penentuan harga pasar dan jumlah input, barang, dan jasa yang diperdagangkan. Ekonomi mikro mempelajari keputusan dan perilaku yang mempengaruhi penawaran dan permintaan barang dan jasa, dengan demikian menentukan harga, penawaran, dan permintaan

Pengertian ekonomi adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam penggunaan sumber daya yang langka untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan manusia. Ekonomi berkaitan dengan salah satu aspek kehidupan manusia.[1]

Menurut Kotler dan keller, penetapan harga barang dan jasa merupakan strategi penting dalam bisnis karena berbagai faktor seperti kemampuan bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan target pasar, *maxium market skimming*, dan *product quality*, sedangkan menurut Harini yaitu

[1] Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, Ekonomi Mikro Islam, (Bandung: Pustaka Setia,2013), h. 13-16

penetapan harga untuk memaksimalkan keuntungan, penetapan harga untuk memaksimalkan laba atas investasi, penetapan harga untuk menstabilkan harga, penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar, penetapan harga untuk memenuhi atau mencegah persaingan Ketika sulit bagi konsumen untuk menilai produk yang tersedia secara luas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka , harga menjadi standar.

Islam secara khusus menganjurkan agar barang yang kita jual terjamin mutu dan kualitasnya, jujur, taat hukum dan menepati janji, serta mendorong penjualan, Seperti yang dinyatakan dalam Q.S. Al-Baqarah (2) ayat 275:

.... وَاَحَلَّ اللهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰو

Artinya : "Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"[2]

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah membolehkan jual beli, dengan syarat dilakukan secara jujur dan tidak

[2] Departemen Agama RI, Al-Qur"an dan Terjemahannya, Semarang: PT. Toha Putra, 1999, (Al-Baqarah, 2: 275)

mengambil keuntungan secara berlebihan, oleh karena itu harga yang diberikan harus sesuai dengan kualitas produk yang dipasok.[3]

Kaitan antara kalimat di atas dengan judulnya adalah bahwa Allah menghalalkan jual beli tetapi mengharamkan riba, dengan mengatakan bahwa orang yang ingin berdagang tidak boleh mengandung riba di dalamnya begitu juga dengan judul yang akan saya teliti di toko Hj. Enung yang telah melakukan jual beli apakah di dalamnya menerapkan cara jual beli secara islam yang tidak ada riba di dalamnya yang jelas-jelas di haramkan dan di anjurkan untuk menjual barang yang di tawarkan harus sesuai dengan kulitas produknya dan tidak ada riba di dalamnya.

Harga adalah biaya atau pengorbanan yang harus dilakukan konsumen untuk memperoleh suatu produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan dari segi pelaku usaha, harga merupakan salah satu faktor penentu

---

[3] Riyanti, ”*Pengaruh Harga dan Kalitas Produk Dalam Perspektif Islam Terhadap Volume Penjualan (Penelitian di Toko Karomah Anak Cipeujeuh Wetan Kec. Lemahabang Kab. Cirebon*)”, Skripsi IAN Buga Bangsa Cirebon 2019, h. 1-2

keberhasilan suatu usaha karena harga menentukan keuntungan yang akan diperoleh dari menjual produknya.[4] Kesalahan harga dapat memiliki berbagai konsekuensi, dengan efek yang luas. Penetapan harga produk yang tidak tepat dapat menyebabkan konsumen memandang rendah pedagang, dan konsumen bahkan dapat bereaksi dengan cara yang merusak reputasi perusahaan.

Implikasi dari kesalahan penetapan harga juga dapat menyebabkan penurunan volume penjualan. Oleh karena itu, Peran harga sangat penting, terutama dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar. Harga memainkan peran penting dalam perekonomian karena mempengaruhi upah, sewa, dan keuntungan. Harga adalah regulator fundamental dari kondisi ekonomi. Karena harga mempengaruhi alokasi faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan. Ada segmen konsumen ritel yang sangat sensitif terhadap harga (harga adalah satu-satunya faktor yang

[4] Nasution, "*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhdap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt.Dyza Sejahtera Medan*", Warta Edisi 59 (2019) Universitas Dharmawangsa , h. 2-5

dipertimbangkan saat membeli suatu produk), sementara yang lain tidak. Mayoritas konsumen peka terhadap harga, tetapi mereka juga mempertimbangkan merek, lokasi toko, layanan, nilai, dan kualitas. Selanjutnya, harga sering mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas produk, harga yang tinggi dianggap sebagai cerminan kualitas dan akan mempengaruhi volume penjualan.[5]

Jika volume penjualan suatu perusahaan dapat ditingkatkan, maka keuntungannya juga akan meningkat. Itu juga salah satu tujuan utama para pemain usaha untuk mencapai profit atau profit yang maksimal. Menurut Kotler, volume penjualan adalah barang-barang yang dijual untuk mendapatkan uang dalam waktu tertentu dan di mana ia memiliki strategi pelayanan yang baik, sedangkan menurut Swastha dan Irwan, volume penjualan adalah tingkat penjualan maksimum yang dapat diperoleh penjual. Oleh karena itu harga suaru produk dan kualitas produk sangatlah

---

[5] Desi Sentiawati, "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Daya Tarik Model Fashion Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspekif Ekonomi Islam(Studi Gbk-Shop Bandar Lampung*)" Skripsi UIN Raden Intan Lampung 2021, h. 4-5

penting dalam peningkatan atau penurunan volume penjualan dalam suatu usaha.[6]

Berdasarkan perspektif Islam dalam penetapan harga itu harus sesuai dengan keseimbangan permintaan dan penawaran, jika harga terlalu tinggi akan mengakibatkan mengambil keuntungan dari kebutuhan masyarakat atau menetapkan harga yang terlalu rendah juga akan merugikan penjual. Menurut Rachmat Syafei, harga hanya muncul dalam akad, yaitu yang tercantum dalam akad, baik kurang dari, lebih besar atau sama dengan nilai barang.[7] Setiap pedagang diperbolehkan mengambil keuntungan karena tidak adanya ketetapan *Syara*, pedagang di perbolehkan mengambil keutungan besar asalkan tidak mezalimi si konsumenya, bila si penjual mengambil keuntungan dengan cara menzalimi si konsumen maka hal tersebut di larang dalam *Syara.* Menurut para ulama dalam menentukan keuntungan agar tidak

---

[6] Fauzi Dwi Putra, "*Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Bandung*", Pendidikan Ekonomi Undiksha vol. 9 no.2, (2017). Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan ganesha, h. 463-465

[7] Khodijah Ishak, "*Penetapan harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam*"…h. 42

menzalimi orang lain anatar lain: 1) Dalam pengambilan keuntungan di tentukan dari harga pasar, jika pengambilan keuntungan melebihi harga pasar maka penjual telah menzalimi konsumen. 2) Mengambil keuntungan melebihi sepertiga dari modal maka hal tersebut menzalimi konsumen. 3) Jika pengambilan keuntungan seperenam dari modal termasuk menzalimi konsumen. Sehingga nantinya hal tersebut dapat mempengaruhi volume penjualan.[8]

Toko Hj. Enung adalah toko yang menjual kebutuhan pokok seperti minyak, sayur, telor-telor, kebutuhan alat mandi seperti sikat gigi, pepsodent, sabun mandi, makanan ringan seperti jajanan dan lain-lain. Saat ini toko Hj. Enung adalah perlengkapan kebutuhan pokok yang cukup terkenal di kalangan masyarakat yang berada di wilayah aweh, bojong, cirende, dan beberapa desa lainya. Toko Hj. Enung ini terkenal dengan perlengkapan kebutuhan pokok yang dijual cukup lengkap dan murah dengan produk berkualitas yang

---

[8] Novitri Nanda Syari, Aminah Oktarina, "*Analisis Pemikiran Ekonomi Imam Al-Ghazali Tentang Batasan Keuntungan Dalam Jual Beli*" Aghinya Stiesnu Bengkulu Vol 3. No 2, (2020) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama IslamBengkulu, h. 246-247.

terjangkau oleh konsumen. Dengan menyediakan berbagai kebutuhan pokok bagi konsumen, toko akan dipilih oleh banyak konsumen.[9] Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam (**Penelitian di Toko Haji. Enung Kecamatan. Kalanganar Kabupaten. Lebak**).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah tersebut, maka identifikasi masalah yang terkait dengan objek penelitian adalah sebagai berikut::

1. Volume penjualan dapat dipengaruhi oleh harga barangnya
2. Volume penjualan dapat dipengaruhi oleh kualitas produknya
3. Volume penjualan dapat dipengaruhi oleh dimana tempatnya berada

[9] Wawancara dengan Ibu Hj. Enung selaku Pemilik Toko Hj.Enung , Rangkasbitung, 29 Desember 2021

4. Volume penjualan dapat dipengaruhi oleh promosi suatu barang

C. Batasan Masalah

Dari pendefinisian masalah, penulis menetapkan batasan masalah untuk menciptakan kondisi masalah yang dibahas dan nyaman untuk pengumpulan data. Peneliti membatasi penelitian ini pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan di toko Haji. Eunung Kecamatan. Kalanganyar Kabupaten. Lebak dalam perspektif ekonomi syariah dari 2020 – 2021.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut yang akan diteliti dan dikaji dalam penelitia ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan dalam perspektif Islam di toko Haji. Enung kecamatan. Kalanganyar kabupaten. Lebak?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan dalam perspektif Islam di toko Haji. Enung kecamatan. Kalanganyar kabupaten. Lebak?

3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan dalam perspektif Islam di toko Haji. Enung kecamatan. Kalanganyar kabupaten. Lebak?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan dari sudut pandang Islam di toko Hj Enung Kec. Kalanganyar di Kabupaten Lebak.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan ditinjau dari sudut pandang Islam di toko Hj. Enung Kec. Kalanganyar di Kabupaten Lebak.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan dari sudut pandang Islam di toko Hj. Enung Kec. Kalanganyar di Kabupaten Lebak.

F. Manfaat/Signifikan Penelitian

1. Manfaat Teoritis
   a. Memberikan informasi atau ide kepada semua pihak khususnya masyarakat muslim, dan juga mendokumentasikan efektifitas pengelolaan toko Hj. Enung terutama dari segi kualitas produk dan harga untuk meningkatkan penjualan.
   b. Berkontribusi membekali mahasiswa dengan ilmu, khususnya mahasiswa jurusan Ekonomi Islam, untuk mengetahui tingkat konsumsi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
2. Manfaat Praktisi
   a. Sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dan Islam, serta referensi dalam studi lainnya.
   b. Konsumen dapat mengakses informasi dan harga dalam penelitian ekonomi syariah dan ekonomi syariah secara umum.

G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian, penulis berkonsultasi dengan penelitian sebelumnya. Hasil penelitian tersebut dijadikan sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan yang ada. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang "pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan dalam prespektif islam pada toko Hj. Enung Kec. Kalanganyar Kab. Lebak."adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Perbandingan Hasil Kajian Peneliti Terdahulu

No	Keterangan	Penelitian Terdahulu
1.	Judul penelitian	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk dalam perspektif : Islam Terhadap Volume Penjualan di Toko Karomah Anak Cipeujeuh Wetan.
	Penelitian dan tahun penelitian	Riyanti (2019), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Bunga Cirebon.
	Fokus penelitian	

	Metode penelitian	Mengetahui harga yang ditawarkan kepada konsumen dapat berdampak besar atau kecil terhadap penjualan, sehingga memungkinkan Anda untuk menentukan harga yang tepat bagi konsumen sasaran yang akan membeli barang atau produk yang akan ditawarkan saat memulai bisnis. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang dilaksanakan selama dua bulan di Toko Karomah Anak. Populasi penelitian ini adalah pembeli mainan dari Toko Karomah Anak. Besar sampel penelitian ini adalah 41 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah insidental yaitu siapa saja yang

	Waktu dan tempat Hasil penelitian	bertemu dan membeli mainan di Toko Karomah Anak. Ada dua jenis data yang digunakan: data primer dan data sekunder. Kuesioner, wawancara, dan dokumen merupakan contoh teknik pengumpulan data. Dengan menggunakan uji otentisitas dan reliabilitas, menilai kualitas pernyataan responden. Penelitian dilakukan di Toko Karomah Anak Cipejeuh Wetan Kec. Lemahabang Kab. Cirebon pada tanggal 01 April 2019 sampai dengan 31 Mei 2019 Berdasarkan Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 5,9 persen penjualan mainan dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk, dan

	Perbedaan penelitian ini dengan judul yang akan di teliti	hingga 94,1 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diuji atau bersifat eksternal. Ini adalah pelajaran. Koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang relatif erat dan positif dengan volume penjualan mainan di toko Karomah Anak. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga dan kualitas mainan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan, baik secara parsial maupun simultan.[10] Dari objek penelitianya berbeda dan sampel yang akan ditelitinya
2.	Judul penelitian	Pengaruh kualitas produk, kehalalan produk, dan harga bersaing terhadap volume penjualan (studi kasus

[10] Riyanti, ”*Pengaruh Harga ,… …,* h. 1-2

	Penelitian dan tahun penelitian	pedagang kaki lima di kota salatiga) Candra Dewi Alams, Agustus 2019
	Fokus penelitian	Untuk mengetahui signifikansi secara parsial dan simultan untuk kualitas produk, kehalalan produk, dan harga bersaing terhadap volume penjualan pada pedagang kaki lima di Kota Salatiga.
	Metode penelitian	Metode yang digunakan ialah pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pedagang kaki lima di Kota Salatiga.Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Objek penelitian yang digunakan adalah para pedagang kaki lima di Kota Salatiga.

	Waktu dan tempat	Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 463 pedagang dengan menggunakan data dari BPS Kota Salatiga, dengan jumlah sampel 82 orang dengan menggunakan rumus Slovin.
	Hasil penelitian	Lokasi penelitian ini dilakukan di beberapa tempat pedagang kaki lima di Kota Salatiga. Sedangkan waktu penelitian dilakukan mulai tanggal 2 April – 5 Mei 2019. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap volume penjualan, kehalalan produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume

	Perbedaan penelitian ini dengan judul yang akan di teliti	penjualan, harga bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pedagang kaki lima di Kota Salatiga. Uji F test menunjukkan bahwa kualitas produk, kehalalan produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sebesar 53,8% sedangkan sisanya 46,2% yaitu dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.[11] Objek penelitianya, dari variabelnya ada yang berbeda dan sampel penelitian.

[11] Candra Dewi Alamsah, "*Pengaruh Kualitas Produk, Kehalalan Produk, Dan Harga Bersaing Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Kota Salatiga)*'', Skripsi IAIN Salatiga 2019.

3.	Judul penelitian	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.
	Peneliti dan tahun penelitian	Ahmad Habil, Oktober 2019
	Focus penelitian	Memberikan pemahaman tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhaadap minat beli konsumen pada toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru dan mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru.
	Metode penelitian	Metode metode deskriptif kuantitatif sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental

	Waktu dan tempat	sampling, yang disebarkan kepada konsumen yang belanja di Toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru sebanyak 126 konsumen, namun sampel yang digunakan sebanyak 56 konsumen ais jaya fashion.
	Hasil penelitian	Penelitian ini dilaksankan di toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru, terletak di jln Manunggal No. 1 pada bulan oktober 2019. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama dengan minat beli adalah sebesar 0,343 yaitu rendah. Sedangkan dari hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai

	Perbedaan penelitian ini dengan judul yang akan di teliti	sebesar 0,118 atau 12% yang artinya pengaruh variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap independen variabel (minat beli) sebesar 0,118, ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel-variabel independen adalah sebesar 12% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak di teliti. Tinjauan ekonomi islam variabel minat beli sesuai dengan ekonomi islam yaitu minat beli oleh konsumen pada Ais Jaya Fashion sesuai dengan nilai-nilai syariah, karena kualitas produk dan harga yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta pembelian konsumen bertujuan bukan untuk bermegah-megah atau melakukan pemborosan melainkan

		dijadikan sebagai pemenuhan terhadap kebutuhan primer yaitu kebutuhan yang wajib ada bagi orang muslim.[12]\ Objek penelitianya, dari variabelnya ada yang berbeda dan sampel penelitian
4.	Judul penelitian Peneliti dan tahun penelitian Fokus penelitian	Penngaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Model Fashion Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada GBK-Shop Bandar Lampung) Desi Sentiawati, 2021

[12] Ahmad Habil, "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*", Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2020.

	Metode penelitian Waktu dan tempat Hasil penelitian	Mencari tau seberapa pengaruh kualitas produk, harga dan daya tarik model fashion dalam perspektif ekonomi Islam pada konsumen GBK-Shop Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah mix methods embedded design.Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka.Sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan sampel 100 orang dan analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 23.

		Juli 2021, GBK-Shop Bandar Lampung. Dari hasil pengujian menunjukan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan nilai thitung sebesar (1,115) < ttabel (1,984), secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai thitung (6,453) > ttabel (1,984), dan untuk variabel daya tarik model fashion secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan nilai thitung (2,443)>ttabel (1,984). Secara bersamasama kualitas produk, harga dan daya tarik model fashion berpengaruh positif terhadap minat

	Perbedaan penelitian ini dengan judul yang akan di teliti	beli konsumen GBK-Shop Bandar Lampung. Dengan nilai Adjusted R Square diperoleh 0,519 atau 51,9% artinya bahwa variabel kualitas produk, harga dan daya tarik model fashion memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen GBK-Shop sebesar 51,9%, sedangkan sisanya48,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Ekonomi islam menjelaskan bahwakualitas, harga dan daya tarik harus didirikan dalam prinsip tauhid, akhlak dan keadilan agar minat beli konsumen meningkat.[13]

[13] Desi Sentiawati, "*Penngaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Model Fashion Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif*

		Objek penelitianya, dari variabelnya ada yang berbeda, dalam metode penelitianya juga ada yang berbeda dan sampel penelitian.

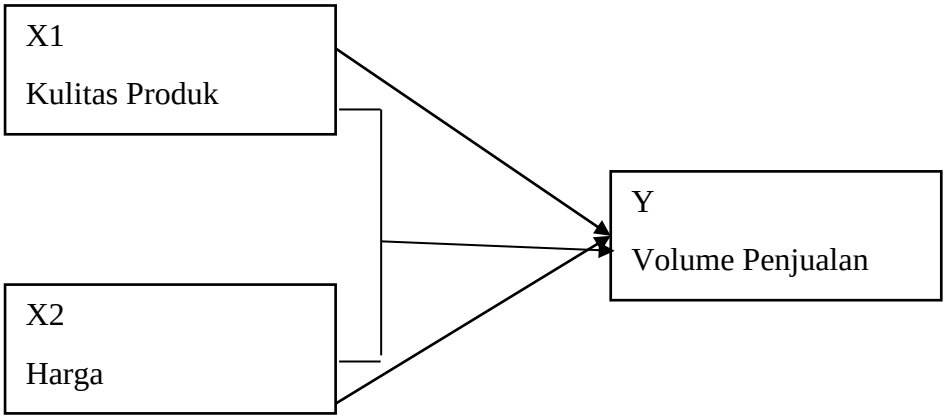
H. Kerangka Pemikiran

Kualitas adalah ukuran standar yang diinginkan oleh konsumen, jika suatu perusahaan dikatakan sudah berkualitas berarti sudah memenuhi standar keinginan konsumen bahkan melebihi harapan dari konsumen. Secara umum, penjualan dapat didefinisikan sebagai "ilmu dan seni pengaruh pribadi oleh penjual untuk membujuk orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan". Menurut Freddy (2009:91), “volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara

Ekonomi Islam (Studi pada GBK-Shop Bandar Lampung)”, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2021.

kuantitatif dalam hal materi atau volume atau unit suatu produk".

Dari uraian pemikiran di atas, hal ini dapat diperjelas melalui variabel kualitas produk dan konsumsi harga terhadap volume, yang secara grafis ditunjukkan pada gambar di bawah ini.:



Gambar 1. 1 Krangka Pemikiran

Hipotesis:

H1 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap volume penjualan di toko Hj. Enung Kec. Kalanganyar Kab. Lebak.

H2 : harga berpengaruh terhadap volume penjualan di toko Hj. Enung Kec. Kalanganyar Kab. Lebak.

H3 : Kulitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap volume penjualan di toko Hj. Enung Kec. Kalanganyar Kab. Lebak.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika yang digunakan dalam penyusunan proposal ini akan di bagikan kedalam beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari: Penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teoritik, yang terdiri dari: Penelitian terdahulu, Deskripsi teoritik, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian, yang terdiri dari: waktu dan tempat penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data.

BAB IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan, yaitu bab yang menguraikan hasil penelitian dan pembahasan dari data yang diperoleh.
BAB V	Simpulan dan Penutup, pada bab ini berisi tentang simpulan hasil dan saran serta hasil penelitian akhir.