



## Pengaruh Harga Pada Kualitas Terhadap Penjualan Kemiri Menurut Hukum Islam (Studi Kasus Pasar XII Kelurahan Binjai Serbangan Kecamatan Air Jomankabupaten Asahan)

Syahrul Nasution<sup>1</sup>, Andri Nurwandri<sup>2</sup>, Dewi Atikah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Institut Agama Islam Daar Al Uluum (IAIDU) Asahan, Indonesia

Corresponding Author : ✉ [dewiatika222kis@gmail.com](mailto:dewiatika222kis@gmail.com)

### ABSTRACT

Price is the value of a good or service which is measured by the amount of money spent by the buyer to obtain a combination of goods or services and their services. The problem formulation in this research is: How to know the quality of candlenut products in Pasar XII, Binjai Serbagan District, Kec. Joman Water. What is the quality and price of candlenut products at Pasar XII, Binjai Serbagan District, Kec. Air Joman. and how does price influence product quality from an Islamic perspective on candlenut sales at Pasar XII, Binjai Serbagan District, Kec. Joman Water. The research method for this type of thesis research is field research and field observation to obtain the desired data. Apart from that, it is also based on library research, using qualitative research methods, where the stages of data collection, data processing and data analysis are carried out simultaneously and interactively. From the results of the author's research it can be seen that: From the results of the hypothesis test (t test) regarding price versus quality regarding the price of candlenut products at Pasar XII, Binjai Serbagan District, Kec. Air Joman, it was stated that there was a significant positive influence of price on candlenut purchasing decisions (t count of 2.746 > t table of 1.68385). while the coefficient of determination value which is the result of R square is 0.159 namely 15.9% and the remaining 84.1% which is influenced by other variables not examined in this research.

### Keywords

*Prices, Product Quality, Sales, Candlenuts, Islamic Law*



This work is licensed under a  
[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

## PENDAHULUAN

Harga adalah ukuran nilai suatu barang atau jasa berdasarkan berapa banyak pembeli harus membayar untuk kombinasi barang atau jasa (Tim. Reality : 2008). William J. Stanton mendefinisikan penetapan harga sebagai jumlah uang (atau mungkin lebih dari satu hal) yang diperlukan untuk membeli kombinasi tertentu dari suatu komoditas dan jasa terkait. Jerome McCartgy mendefinisikan harga sebagai jumlah yang dibayarkan untuk suatu produk atau jasa (Marius P. Angipora : 2002).

Penentuan harga produk dan layanan merupakan strategi penting di berbagai jenis perusahaan karena berbagai faktor termasuk deregulasi

(penghapusan peraturan atau prosedur), meningkatnya persaingan, tinggi dan rendahnya perkembangan ekonomi, dan prospek komersial bagi mereka yang mengikuti pasar. Penetapan harga berdampak besar pada kinerja dan status keuangan. Hal ini juga berdampak pada persepsi konsumen dan positioning merek.

Harga yang dihasilkan dari penambahan markup yang dimaksudkan untuk mengimbangi pengeluaran *overhead* perusahaan yang terkait dengan pabrik ke keseluruhan biaya produksi adalah harga jual. Gregory Lewis yang dikutip oleh Achmad menyatakan bahwa harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia diterima oleh penjual dan pembeli.

Kesalahan penetapan harga dapat menimbulkan dampak dan dampak yang beragam, dan praktik penetapan harga yang tidak etis dapat membuat konsumen membenci pelaku korporasi. Padahal, jika kewajiban pemerintah memegang kekuasaan untuk menetapkan harga dibandingkan dengan kewajiban pelaku usaha, maka penetapan harga yang tidak dikehendaki oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) dapat menimbulkan reaksi penolakan dari pihak pembeli. Banyak individu atau dari kelompok tertentu. Reaksi penolakan ini dapat terwujud dalam berbagai cara, beberapa di antaranya mungkin bersifat kekerasan atau narsistik dan bahkan melanggar hukum (Philip Kotler : 2001).

Rachmat Syafei berpendapat, harga hanya disebutkan dalam kontrak; artinya, apa pun yang disepakati di dalamnya harus lebih kecil, sama dengan, atau setara dengan nilai barang-dagangan itu. Biasanya, harga digunakan untuk memperdagangkan barang yang bersedia diterima oleh kedua belah pihak dalam kontrak (Rachmat Syafei : 2000).

Menurut uraian di atas, harga adalah suatu kesepakatan yang dicapai atas jual beli suatu produk atau jasa yang disetujui oleh kedua belah pihak. Kedua pihak dalam kontrak harus menyetujui harga ini. Harga pasar suatu barang mempengaruhi gaji, sewa, bunga, dan keuntungan; dengan kata lain, harga suatu barang mempengaruhi biaya tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan. Harga sering kali dianggap sebagai fungsi utama sistem perdagangan bebas.

Karena harga berdampak pada distribusi komponen produksi, harga berfungsi sebagai ukuran fundamental suatu sistem perekonomian. Tenaga kerja tertarik pada gaji yang tinggi, modal tertarik pada suku bunga yang tinggi, dan seterusnya. Dalam hal apa yang diciptakan (penawaran) dan siapa yang akan mendapatkan bagian dari produk atau jasa yang dihasilkan (permintaan). Observasi dan wawancara penulis terhadap pedagang kemiri di Pasar menghasilkan temuan sebagai berikut: kemiri ada yang bersih, utuh, dan dibelah

dua buah, serta kemiri ada yang dikemas dalam plastik yang baik. Kacangnya berbentuk bulat, utuh, dan bebas cangkang. Ada kemiri yang sudah pecah dan tidak utuh lagi namun bersih dan dikemas dengan harga berbeda padahal kualitas dan beratnya sama namun bentuknya berbeda. Harganya berbeda dengan yang bulat utuh padahal kualitas dan beratnya sama (Siti Rahayu : 2023).

Penetapan harga dikaitkan dengan beberapa permasalahan, dimulai dari permasalahan mendasar yang mudah dipahami. Harga, nilai, dan manfaat dianggap sebagai gagasan yang saling berhubungan dalam teori ekonomi. Nilai yang dinyatakan dalam rupiah dan sen, atau mata uang lain yang dapat ditukarkan, merupakan harga yang lazim dipahami. Menyebutkan harga satu kilogram apel atau harga sebuah meja akan menimbulkan permasalahan praktis terkait penetapan harga dan definisi dasar harga (Wiliem J. Stanton : 1984). Karena kualitas barang tidak selalu menjadi faktor penentu harga, maka kekhawatiran penulis adalah harga kemiri berfluktuasi meskipun kualitasnya konsisten. Untuk itu penulis bermaksud mengkaji dan mendalami permasalahan tersebut dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Pada Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam Terhadap Penjualan Kemiri (Studi Kasus Pasar XII Kelurahan Binjai Serbangan Kecamatan Air Joman Kabupaten Asahan)”.

## **METODE PENELITIAN**

Penulis melakukan studi lapangan, atau disebut juga penelitian lapangan, yaitu mengunjungi lapangan untuk mengamati dan memahami suatu kondisi yang terkait dengan peristiwa atau gejala sosial. Dengan demikian, studi kasus atau metodologi penelitian kualitatif adalah nama lain dari penelitian ini. Untuk mengangkat topik pembahasan secara langsung, yakni Pengaruh Harga Pada Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam Terhadap Penjualan Kemiri (Studi Kasus Pasar XII Kelurahan Binjai Serbangan Kecamatan Air Joman Kabupaten Asahan), penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kemiri sebagai objek kajiannya. Observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi merupakan sumber data yang dikumpulkan dari penulis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Harga Pada Kualitas Produk Penjualan Kemiri Di Pasar XII Kelurahan Binjai Serbangan Kecamatan Air Joman**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan konsumen membeli kemiri di Pasar XII Desa Binjai. Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan, berikut pembahasan penelitian ini: Dapat ditentukan bahwa  $b =$  angka koefisien regresi bernilai 0,590 berdasarkan temuan koefisien regresi linier dasar yang mempunyai nilai

signifikan. Keputusan beli kemiri akan naik sebesar 0,590 setiap kali harganya naik sebesar 1 rupiah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pilihan pembelian kemiri (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh harga (X). Artinya, pilihan membeli kemiri juga akan naik jika variabel harga naik.

Dari hasil uji hipotesis (uji t) mengenai harga terhadap keputusan pembelian kemiri di Pasar sedangkan nilai koefisien determinasi yang merupakan hasil R square sebesar 0,159 sisanya 84,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. . Dari 42 responden harga tergolong sangat terjangkau dan dari hasil penelitian ditemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kemiri di Pasar XII Desa Binjai.

Oleh karena itu, penentuan harga yang mempertimbangkan faktor-faktor seperti keterjangkauan, kesesuaian harga terhadap kualitas, dan daya saing harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kemiri. Pelanggan akan menyukai produk dengan harga yang sangat rendah dalam situasi ini. Dari temuan tersebut terlihat bahwa keputusan konsumen dalam membeli kemiri akan dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan. Pelanggan akan membandingkan barang di Pasar XII Desa Binjai dengan barang sejenis di lokasi lain sebelum melakukan pembelian. Hasilnya, perbandingan tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli kemiri. Pilihan pembelian kemiri tentu akan diambil apabila harganya sangat sepadan dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.

Penjualan kemiri dapat dipengaruhi oleh harga. Yang termasuk dalam penetapan harga adalah harga eceran barang kemiri yang disediakan kepada pelanggan. Penjualan kemiri dapat dipengaruhi oleh harga. Yang termasuk dalam penetapan harga adalah harga eceran barang kemiri yang disediakan kepada pelanggan. Analisis mungkin melihat apakah tingkat penjualan kemiri terkena dampak signifikan dari penyesuaian harga. Salah satu kriteria yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah kualitas produk. Salah satu pertimbangan terpenting adalah seberapa besar pengaruh kualitas produk kemiri terhadap keputusan pembelian konsumen. Di sini, kualitas mengacu pada elemen seperti rasa, keamanan, dan kesenangan pelanggan.

Dari sudut pandang Islam: dengan mengkaji hubungan antara kualitas produk dan harga dari kerangka etika Islam. Memahami etika komersial, perspektif Islam tentang pembelian dan penjualan, dan dasar-dasar ekonomi Islam dapat membantu dalam hal ini.

Penjualan pecan: Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana penjualan pecan dapat dipengaruhi oleh hubungan antara kualitas produk dan harga. Kami akan mempelajari faktor-faktor seperti strategi harga, pemasaran, dan kualitas produk kemiri untuk menentukan bagaimana faktor-

faktor tersebut terhubung satu sama lain. Dampak Ekonomi dan Sosial: Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap penjualan kemiri juga dapat diperhitungkan dalam penelitian ini. Kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan perekonomian lokal juga disertakan, yang mungkin signifikan dari sudut pandang Islam.

Keberlanjutan Usaha: Keberlangsungan industri kemiri dalam jangka panjang juga dapat diperhitungkan dalam analisis. Bagaimana kualitas produk dan strategi harga dapat meningkatkan keberlanjutan perusahaan dan dampak menguntungkannya terhadap lingkungan dan masyarakat. Investigasi penelitian ini tentang bagaimana kualitas produk dan harga mempengaruhi penjualan kemiri dapat dibuat lebih komprehensif dan dapat diterapkan pada lingkungan keuangan dan komersial yang dikontrol secara Islam dengan memasukkan cita-cita Islam.

### **Hukum Islam Terhadap Pengaruh Harga Pada Kualitas Produk Penjualan Kemiri Di Pasar XII Kelurahan Binjai Serbagan Kecamatan Air Joman**

Anjuran untuk melakukan kegiatan penjualan atau perdagangan dijelaskan di dalam surah Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ؛ فَإِذَا أَقَضْتُمْ مِّنْ عَرْفَتِ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَأَذْكُرُوهُ كَمَا هَدَلَكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Artinya :

*"Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu. Maka apabila kamu bertolak dari 'Arafah, berdzikirlah kepada Allah di Masy'aril Haram. Dan berdzikirlah kepada-Nya sebagaimana Dia telah memberi petunjuk kepadamu sekalipun kamu sebelumnya benar-benar termasuk orang yang tidak tahu." (Q.S. Al-Baqarah : 198).*

Hal yang terpenting dalam perdagangan adalah adanya unsur saling merelakan, tidak boleh ada unsur keterpaksaan antara kedua belah pihak. Allah SWT berfirman dalam surah An-Nisa' ayat 29:

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

Artinya :

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

Dalam perdagangan, ini berlaku berdasarkan persetujuan bersama Anda. Jangan bunuh diri juga. Ya, Allah sungguh penyayang padamu.

Ayat-ayat Al-Qur'an yang memuat hukum-hukum yang tepat menunjukkan bahwa Al-Qur'an tidak hanya memperbolehkan perdagangan,

namun juga sangat mendorong orang-orang beriman untuk terlibat dalam bisnis yang beretika dan menguntungkan. Islam memerintahkan bahwa pihak-pihak harus berperilaku terhormat ketika melakukan perdagangan. Dalam jual beli, kejujuran mengangkat derajat orang yang berbisnis di mata Allah SWT.

Bagian ini akan menjadi dasar penjelasan peneliti atas temuan penelitian, khususnya berupa objek penelitian yang memuat informasi tentang bagaimana harga mempengaruhi keputusan konsumen membeli kemiri di Rumah Makan Bebek Tresnah Bancaran Bangkalan dan dari data penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut. variabel yang diteliti berkaitan dengan harga sebagai variabel. Variabel terikat yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan adalah independen dan keputusan pembelian kemiri.

Beberapa responden penelitian ini adalah pengunjung Restoran Bebek Tresnah. Pendekatan pengambilan sampel aksidental, yaitu individu-individu dalam populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, merupakan strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam hal ini dapat dijadikan sampel, dan responden yang ditemui sebanyak tiga kali selama penelitian langsung turun ke lapangan untuk mengisi kuesioner. Penelitian ini hanya menetapkan jumlah sampel (responden) yang dikumpulkan sepuluh termasuk setiap pelanggan yang berkunjung ke Pasar XII, Desa Binjai. Peneliti langsung memasuki lapangan sebanyak lima kali. Pada salah satu kunjungan tersebut, peneliti melakukan observasi, dan pada dua kesempatan lainnya peneliti menanyakan informasi kepada pemilik Restoran Bebek Tresnah mengenai sejarah berdirinya restoran tersebut.

Tiga sesi studi lapangan diperlukan oleh para peneliti selama pembagian kuesioner. Penelitian ini menggunakan skala Likert 5 tingkat untuk mengukur skor kuesioner; responden dapat memilih salah satu saja dari nilai-nilai ini. Kesepakatan yang kuat menjadi kriteria yang diterapkan dalam investigasi ini.

Berdasarkan penelitian ini digunakan kuesioner tertutup dengan pilihan ganda dan pemilihan responden hanya respon terbaik. Selain itu, kuesioner yang berisi beberapa pernyataan tentang variabel yang diteliti disajikan untuk pemahaman yang lebih baik dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian adalah konsumen yang berkunjung ke Restoran Bebek Tresnah Bangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kemiri. Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner atau kuisisioner kepada responden berjumlah 42 responden.

Dalam setiap item disertai 5 alternative jawaban yaitu:

1. Respon masyarakat terhadap harga kemiri :

- a. (Sangat Setuju) yaitu 5
- b. Skor untuk jawaban S (Setuju) yaitu 4
- c. Skor untuk jawaban RG (Ragu-ragu) yaitu 3
- d. Skor untuk jawaban TS (Tidak Setuju) yaitu 2
- e. Skor untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) yaitu 1 Adapun dari hasil jawaban responden yaitu sebagai berikut:

No.	Responden	Item pernyataan			Skor
		1	2	3	
1.	Subairi	5	5	5	15
2.	Khoiroh	5	5	5	15
3.	Masiseh	5	5	5	15
4.	Sugik	5	5	5	15
5.	Delvi	3	4	4	11
6.	Slamet	5	5	5	15
7.	Masturi	5	5	3	13
8.	Habiyeh	5	5	4	14
9.	Kamilah	3	4	5	12
10.	Susilowati	4	3	3	10
11.	Juri	4	3	4	11
12.	Sipol	3	4	4	11
13.	Hosen	5	5	5	15
14.	Sutiah	3	4	5	12
15.	Zinal	4	3	5	12
16.	DediH.	5	5	4	14
17.	Devi	5	4	4	13
18.	Aziz	4	3	3	10
19.	Rimayati	3	4	4	11
20.	Suber	5	2	5	12
21.	Romadhon	5	4	5	14
22.	Hj. Siti	5	5	5	15
23.	Rihana	4	5	3	12
24.	Andi	5	3	4	12
25.	Iwan	3	4	3	10
26.	Riki	5	5	5	15
27.	Musey	4	4	4	12
28.	Rohim	5	4	4	13

No.	Responden	Item pernyataan			Skor
		1	2	3	
29.	Matnari	5	5	4	14
30.	Ahmad	5	4	3	12
31.	Sule	5	5	4	14
32.	Imam	4	3	5	12
33.	Watik	5	5	5	15
34.	Dian	4	3	5	12
35.	Ela	4	5	3	12
36.	Indri	3	5	5	13
37.	Soleha	3	4	5	12
38.	Faizeh	5	3	4	12
39.	Sinta	5	5	2	12
40.	Ahyet	5	2	5	12
41.	Abdul	5	2	4	11
42.	Sugeng	4	4	5	13
jumlah	42	184	172	179	535

sumber diolah 2023

2. Respon masyarakat terhadap Keputusan Pembelian kemiri:

- a. Skor untuk jawaban SS (Sangat Setuju) yaitu 5
- b. Skor untuk jawaban S (Setuju) yaitu 4
- c. Skor untuk jawaban RG (Ragu-ragu) yaitu 3
- d. Skor untuk jawaban TS (Tidak Setuju) yaitu 2
- e. Skor untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) yaitu 1

Adapun dari hasil jawaban responden yaitu sebagai berikut:

No.	Responden	Item Pernyataan			Skor
		1	2	3	
1.	Subairi	4	4	4	12
2.	Khoiroh	3	3	4	10
3.	Masiseh	5	5	5	15
4.	Sugik	4	4	3	11
5.	Delvi	2	2	3	7
6.	Slamet	3	2	4	9
7.	Masturi	2	3	2	7
8.	Habiyeh	4	2	4	10



No.	Responden	Item Pernyataan			Skor
		1	2	3	
9.	Kamilah	3	2	3	8
10.	Susilowati	4	2	4	10
11.	Juri	2	3	2	7
12.	Sipol	2	3	1	6
13.	Hosen	5	4	4	13
14.	Sutiah	4	3	3	10
15.	Zinal	3	3	3	9
16.	DediH.	5	4	3	12
17.	Devi	3	3	4	10
18.	Aziz	4	5	5	14
19.	Rimayati	5	5	5	15
20.	Suber	2	1	3	6
21.	Romadhon	4	4	5	13
22.	Hj. Siti	3	4	5	12
23.	Rihana	3	1	3	7
24.	Andi	4	4	2	10
25.	Iwan	3	3	1	7
26.	Riki	4	5	3	12
27.	Musey	5	2	2	9
28.	Rohim	5	1	3	9
29.	Mat nari	4	3	2	9
30.	Ahmad	2	3	3	7
31.	Sule	3	2	3	8
32.	Imam	3	4	2	9
33.	Watik	4	4	3	11
34.	Dian	3	5	4	12
35.	Ela	4	3	2	9
36.	Indri	3	3	3	9
37.	Soleha	5	2	2	9
38.	Faizeh	2	5	2	9
39.	Sinta	3	4	4	11
40.	Ahyet	3	4	2	9
41.	Abdul	2	3	1	6
42.	Sugeng	4	3	3	10

No.	Responden	Item Pernyataan			Skor
		1	2	3	
jumlah	42	145	135	129	409

Sumber diolah 2024

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan ini mengenai judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian kemiri Di Pasar XII Kelurahan Binjai Bangkalan”. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk kemiri di Pasar XII Kelurahan Binjai Serbagan Kec. Air Joman. Diperoleh selama melakukan penelitian yaitu berupa obyek penelitian yang meliputi data tentang pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian kemiri di Pasar XII, dan dari hasil data penelitian yang berkaitan dengan Variabel Yang diteliti tentang harga sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian kemiri sebagai variabel terikat yang akan diperoleh dengan cara memberikan angket kepadakonsumen.
2. Dari hasil uji hipotesis (uji t) mengenai harga terhadap kualitas terhadap harga produk kemiri di Pasar XII Kelurahan Binjai Serbagan Kec. Air Joman, dinyatakan bahwa ada pengaruh positif signifikan harga terhadap Keputusan Pembelian kemiri (hitung sebesar  $2.746 > t$  tabel sebesar 1.68385). sedangkan nilai koefisien determinasi yang merupakan hasil dari R square yaitu  $0,159 \times 100\% = 15,9\%$ , jadi dari hasil koefisien determinasi yaitu sebesar 15,9% yang menjelaskan bahwa pengaruh harga pada kualitas produk dalam perspektif Islam (X) Keputusan Pembelian kemiri (Y) yaitu 15,9% dan sisanya 84,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Dari 12 responden menilai harga merupakan tergolong sangat terjangkau dan dari hasil penelitian ini telah ditemukan bahwa harga berpengaruh terhadap penjualan kemiri di Pasar XII Kelurahan Binjai Serbagan Kec. Air Joman. Maka dari itu penetapan harga yang meliputi dalam unsur keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta daya saing harga dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian kemiri. Dalam hal ini bahwa konsumen akan lebih memilih suatu produk dengan harga yang sangat terjangkau. Dari hasil ini dapat menunjukkan harga yang ditetapkan akan mempengaruhi suatu Keputusan Pembelian kemiri konsumen. Dalam proses pembelian konsumen akan membandingkan produk yang ada di Pasar XII Kelurahan Binjai dengan produk sejenis

lainnya di tempat lain. Maka perbandingan ini bisa jadi akan mempengaruhi Keputusan Pembelian kemiri konsumen apabila suatu harga yang ditetapkan sangat sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, maka suatu Keputusan Pembelian kemiri pasti akan terjadi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anang Firmansyah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. 2018.
- Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penulisan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta Cipta. 2006.
- Ali Hasan. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama. 2008.
- Arif Yusuf Hamali,S.S.,M.M. *Pemahaman Kewirausahaan*. Depok. 2017.
- Basu swastha, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. yogyakarta: Liberty offset. 2008.
- Desmita. *Psikologi Perkembangan Peserta didik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2009
- Dini Indrastuty. *RPUL Untuk SMP*. Jakarta: Media Pusindo. 2011.
- Djumransjah. *Filsafat Pendidikan Islam*. Malang: Bayu Media. 2006.
- Fajar laksana. *Manajemen pemasaran pendekatan praktis*. yogyakarta: Graha ilmu. 2008.