

**PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PADA MEDIA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh

SITI MUNZIAH
NIM : 1608203001



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

TAHUN AKADEMIK 2021 M/1442 H

ABSTRAK

SITI MUNZIAH. NIM: 1608203001. “PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MEDIA E-COMMERCE”. Skripsi 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial keanekaragaman produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap *impulse buying*. Serta pengaruh secara simultan antara keanekaragaman produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap *impulse buying*.

Metode analisis data yang digunakan diantaranya uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis penelitian, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 26. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, sampel terdiri dari 100 orang pengguna aktif aplikasi *e-commerce* di wilayah Arjawinangun Kabupaten Cirebon.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel keanekaragaman produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada media *e-commerce* dibuktikan dengan nilai probabilitas 0,001 dan 0,000 sedangkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada media *e-commerce*. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai prob (*F-Statistic*) sebesar $0,000 < 0,05$ artinya secara statistik bahwa semua variabel secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *impulse buying* pada media *e-commerce* sebesar 59,7%.

Kata kunci: Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan, *Impulse Buying*, *E-Commerce*

ABSTRACT

SITI MUNZIAH. NIM: 1608203001. "INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY, QUALITY OF SERVICE AND PRICE ON IMPULSE BUYING IN E-COMMERCE MEDIA". Thesis 2021.

This study aims to determine how much influence partially product diversity, service quality and price on impulse buying. As well as the simultaneous influence of product diversity, service quality and price on impulse buying.

The data analysis methods used include the classical assumption test, multiple linear regression test, research hypothesis testing, and the coefficient of determination with the help of SPSS 26. The sampling method uses non-probability sampling with the accidental sampling method, the sample consists of 100 active users of e-commerce applications. in the Arjawinangun area, Cirebon Regency.

Based on the results of the study, the results of the partial test (t test) indicate that the product diversity and price variables have a positive and significant influence on impulse buying on e-commerce media as evidenced by the probability values of 0.001 and 0.000 while service quality has no significant effect on impulse buying on the media. e-commerce. Simultaneous test results (F test) show a prob value (F-Statistic) of $0.000 < 0.05$, meaning that statistically all variables simultaneously (simultaneously) affect impulse buying on e-commerce media by 59.7%..

Keywords: Product Diversity, Service Quality, Impulse Buying, E-Commerce

الملخص

سيّتي مونزيا. رقم الطالب: ١٦٠٨٢٠٣٠٠١. "تأثير تنوع المنتجات وجودة الخدمة والأسعار على الاستفادة من وسائل التجارة الإلكترونية". رسالة ٢٠٢١

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى التأثير الجزئي على تنوع المنتجات وجودة الخدمة والسعر على الشراء الاندفاعي. بالإضافة إلى التأثير المتزامن لتنوع المنتجات وجودة الخدمة والسعر على الشراء الاندفاعي. تشمل طرق تحليل البيانات المستخدمة اختبار الافتراض الكلاسيكي ، واختبار الانحدار الخطي المتعدد ، واختبار فرضية البحث ، ومعامل التحديد بمساعدة ٢٦ سبب. وتستخدم طريقة أخذ العينات أخذ العينات غير الاحتمالية مع طريقة أخذ العينات السريعة ، وتتكون العينة من مئة مستخدم نشط لتطبيقات التجارة الإلكترونية. في منطقة أرجونانغون ، حي سيربون. بناءً على نتائج الدراسة ، تشير نتائج الاختبار الجزئي (اختبار t) إلى أن تنوع المنتجات ومتغيرات السعر لها تأثير إيجابي وهام على الشراء الاندفاعي على وسائل التجارة الإلكترونية كما يتضح من قيم الاحتمالية ٠،٠٠١ و ٠،٠٠٠. بينما جودة الخدمة ليس لها تأثير كبير على الاندفاع الشراء على وسائل الإعلام التجارة الإلكترونية. تُظهر نتائج الاختبار المتزامن (اختبار F) قيمة احتمالية (إحصائية F) تبلغ ٠،٠٠٠ > ٠،٠٠٥ ، مما يعني أن جميع المتغيرات في نفس الوقت (في نفس الوقت) من الناحية الإحصائية لها تأثير على الشراء الاندفاعي على وسائل التجارة الإلكترونية بنسبة ٥٩،٧٪.

الكلمات المفتاحية: المعرفة ، تنوع المنتج ، جودة الخدمة ، الشراء الدافع ، التجارة الإلكترونية

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
MEDIA *E-COMMERCE*

Disusun Oleh:

Siti Munziah
NIM : 1608203001

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

8/2/22

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, M.Si
NIP. 19710801 200003 1 002

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah
IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi Siti Munziah. NIM: 1608203001. Judul skripsi "PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MEDIA E-COMMERCE" kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunafasahkan.

Demikian nota dinas ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Cirebon, 8 Februari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, M.Si
NIP. 19710801 200003 1 002



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MEDIA E-COMMERCE"**, oleh Siti Munziah, NIM: 1608203001, telah diajukan dalam sidang Munaqasah Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada bulan 01 Maret 2022.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



Eef Seti Moh, M.Ag

NIP. 1960312 200312 1 003

Nur Eka Setiowati, M.Si
NIP. 19810308 200604 2 001

Penguji II

Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si
NIP. 19730107 200901 2 001

Toto Suharto, M.Si
NIP. 19681123 200003 1 001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Munziah

NIM : 1608203001

Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 25 Mei 1998

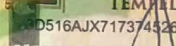
Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MEDIA E-COMMERCE”** ini beserta isinya adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 8 Februari 2022

Saya yang menyatakan,



Siti Munziah
NIM. 1608203001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Siti Munziah, dilahirkan di Cirebon pada tanggal 25 Mei 1998 Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dan dari pasangan Bapak Suratna (Alm) dan Ibu Khadiroh dengan jenis kelamin Perempuan. Penulis tinggal di Jl.Kebon Baru No.06 Rt/Rw 001/006 Desa Arjawinangun Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon.

Penulis menyelesaikan pendidikan formal, yaitu:

1. Tahun 2016 – 2020 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (FSEI), Jurusan Perbankan Syari'ah (PS)
2. Tahun 2013 – 2016 di Sekolah Aliyah Wahid Hasyim Yogyakarta
3. Tahun 2011– 2013 di Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Tarbiyatul Banin Dukupuntang
4. Tahun 2005 – 2011 di Sekolah Dasar Negeri 3 Arjawinangun

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah... Alhamdulillah... Alhamdulillahirabbil'alamiin...

Segala Puji Syukur Kehadirat Illahi Rabbi karena atas karunia dan limpahan rahmat-Nya serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Skripsi yang sederhana ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Shalawat dan salam semoga terlimpah curahkan keharibaan Baginda Alam Nabi Muhammad SAW.

Untuk itu kupersembahkan karya sederhana ini teruntuk:

Kedua Orangtuaku ayahanda (Suratna Alm) dan ibunda (Khadiroh) yang tak henti-hentinya selama ini memberi semangat dan do'a, nasehat, dukungan, dan kasih sayang, serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani rintangan yang ada didepanku. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas semua kebaikanmu, karena itu terimalah persembahan skripsi ini sebagai kado kecil bukti bakti dan cintaku untukmu ayahanda dan ibunda tercinta.

Ucapan terimakasih juga teruntuk dosen pembimbing 1 & 2 (Eef Saefulloh, M.Ag dan Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf SE, M.Si) yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan membimbingku, serta memberikan arahan dan pelajaran yang tidak ternilai harganya.

Ucapan terima kasih teruntuk sodara-sodara kandungku (Syaefur Rocman S.Ikom), (Ratna Hijriyah sari S.kom), (Muhammad Fajar Anugrah) yang telah memberikan semangat serta do'anya. Terimakasih kepada Mujiono S.kom dan Ade yeyen Yestini S.Pd yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih juga kepada Lillah Fadhillah, Indri Rahayu, Hasna Chairun Nisa yang telah memberikan semangat dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini..

MOTTO

“Memulai dengan penuh

Keyakinan

Menjalankan dengan penuh

Keikhlasan

Menyelesaikan dengan penuh

Kebahagiaan”

“Hiduplah seperti kaktus yang harus kuat walau badai sekalipun”



KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَآلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ
أَمَّا بَعْدُ

Segala puja dan puji bagi-Mu Rabby, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MEDIA E-COMMERCE”** dengan baik. Shalawat serta salam selalu terhanturkan untukmu Baginda Agung Ya Rasulullah, karena beliau kami dapat mengetahui mana yang benar dan mana yang salah.

Suatu kebanggaan yang tak terkira bagi diri saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Saya sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, izinkan saya untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ayahanda Bapak Suratna (Alm) dan Ibu Khadiroh. Kakak-kakak serta adikku tercinta yang telah memberikan doa, motivasi, spirit, dan kasih sayang yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. H. Aan Djaelani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag dan Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, M.Si selaku pembimbing I dan II skripsi yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Staff Karyawan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang berkenan membantu penulis.

7. Rasyid Ikhsanur Ridho, S.Kom yang turut membantu mencari tempat penelitian.
8. Mujiono, S.Kom yang turut membantu memberikan arahan, memotivasi jalannya skripsi ini disaat kondisi pikiran sedang tidak menentu dikarenakan skripsi yang penuh dengan revisian.
9. Teman seperjuangan di kelas PS A, terimakasih telah memberikan motivasi, semangat dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian. Rekan-Rekan KKN 96 Tengki yang banyak berjasa dan telah menemani penulis dalam menjalankan perkuliahan selama ini, dan teman seperjuangan Sahabat kupu-kupu (Lilla, khusnul, Indah, jaja, hasna) yang telah menemani disaat kondisi pikiran sedang tidak menentu dikarenakan skripsi yang penuh dengan revisian - revisian dan kepada keluarga besar ABDUL MANAN dan keluarga besar GEMBER yang sudah membantu motivasi dan doanya untuk penulis dengan menjalankan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin, Jazakumullahu khairul jaza, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cirebon, 08 Februari 2022

Penyusun

Siti Munziah
NIM. 1608203001

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. E-Commerce	9
1. Pengertian E-Commerce	9
2. Ruang Lingkup E-Commerce	9
3. Manfaat E-Commerce	10
4. Contoh E-commerce	11
B. Keanekaragaman Produk	12
1. Pengertian Keanekaragaman Produk	12
2. Lebar dan Panjang Keanekaragaman Produk	13
3. Dimensi Keanekaragaman Produk	13
C. Kualitas Pelayanan	14
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2. Faktor Utama dalam Menentukan Kualitas Pelayanan	14
3. Pengukuran Kualitas Pelayanan	15
D. Harga	17
1. Pengertian Harga	17
2. Metode Penetapan Harga	17

3. Tujuan Penetapan Harga	18
4. Dimensi Harga.....	19
E. <i>Impulse Buying</i>	19
1. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	19
2. Karakteristik <i>Impulse buying</i>	21
3. Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Konsumen.....	21
4. Tipe-Tipe <i>Impulse buying</i>	22
F. Penelitian Terdahulu	22
G. Kerangka Pemikiran.....	29
H. Hipotesis.....	31
BAB III METODELOGI PENELITIAN	32
A. Tempat dan Waktu	32
B. Jenis Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel	33
D. Teknik Sampling	34
E. Definisi Operasional Variabel.....	34
F. Sumber Data.....	38
1. Data Primer.....	38
2. Data Sekunder	39
G. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Observasi.....	39
2. Kuisisioner	39
H. Teknik Analisis Data.....	40
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Analisis Statistik.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Kondisi Objektif Tempat Penelitian.....	45
1. Shopee	45
2. Tokopedia.....	45
3. Lazada	46
B. Gambaran Umum Responden	46
1. Distribusi menurut Jenis Kelamin	46
2. Distribusi menurut Usia.....	47
3. Distribusi menurut Pendidikan	47
4. Distribusi menurut Pekerjaan	47
C. Gambaran Umum Distribusi Variabel	48
1. Deskripsi Variabel Keanekaragaman Produk (X_1).....	48
2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	49
3. Deskripsi Variabel Harga (X_3)	50
4. Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	51
D. Hasil Penelitian	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reabilitas	53
3. Uji Asumsi Klasik	54

4. Uji Analisis Linier Berganda.....	56
5. Uji Hipotesis.....	58
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
E. Pembahasan Penelitian.....	64
1. Pengaruh keanekaragaman produk terhadap <i>impulse buying</i> pada media <i>e-commerce</i>	64
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap <i>impulse buying</i> pada media <i>e-commerce</i>	65
3. Pengaruh harga terhadap <i>impulse buying</i> pada media <i>e-commerce</i>	66
4. Pengaruh keanekaragaman produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap <i>impulse buying</i> pada media <i>e-commerce</i>	67
F. Analisis Ekonomi	64
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....	39
Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Usia	47
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Pendidikan	47
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan.....	47
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Keanekaragaman Produk.....	48
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	49
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Harga	50
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Impulse Buying</i>	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11 Uji Normalitas	54
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi	56
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.15 Hasil Output Uji Pengaruh Individual	58
Tabel 4.16 Uji t (Uji Parsial).....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	62
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan <i>E-Commerce</i>	2
Gambar 1.2 Data Penggunjung <i>E-Commerce</i> Kuartal IV 2020	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian

Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastiditas

Lampiran 5 Uji Autokorelasi, Uji Regresi Linear Berganda, Uji T Hipotesis

Lampiran 6 Uji F Simultan, Uji Pengaruh Individual, Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 7 Kuisiioner Penelitian

Lampiran 8 SK dan Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	KH	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘ —	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’ —	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<u>Fathah</u>	A	A
اِ	<u>Kasrah</u>	I	I
اُ	<u>Dammah</u>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَيَّ	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	A dan I
اَوَّ	<i>Fathah dan wau</i>	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ *Kaifa*
 حَوْلَ *Haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ	<i>Fathah dan alif</i>	Ā	a dan garis di atas
اِ	<i>Fathah dan <u>alif maqsūrah</u></i>		
يِ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī	i dan garis di atas
وِ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ *Māta*
 رَمَى *Ramā*
 قِيلَ *Qīla*
 يَمُوتُ *Yamūtu*

4. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* (ة atau ة) ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah *t* sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah *h*.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	<i>Rauḍah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	<i>Al-madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	<i>Al-ḥikmah</i>

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا	<i>Rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	<i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	<i>Al-Ḥaqq</i>
الْحَجُّ	<i>Al-Ḥajj</i>
نُعَمُّ	<i>Nu‘ima</i>
عَدُوُّ	<i>‘Aduww</i>

Jika huruf ي bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	<i>‘Alī</i>
عَرَبِيٌّ	<i>‘Arabī</i>

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ال (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

الشَّمْسُ	<i>Al-Syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	<i>Al-Zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i>)

الْفَلَسَفَةُ *Al-Falsafah*

الْبِلَادُ *Al-Bilād*

7. **Hamzah**

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ *Ta'murūna*

النَّوْءُ *An-Nau'*

سَيِّئٌ *Syai'un*

أَمَرْتُ *Umirtu*

8. **Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia**

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'ān*), *Sunnah*, khusus dan umum.

Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

- *Fī Zilāl al-Qur'ān*
- *Al-Sunnah qabl al-tadwīn*
- *Al-'Ibārāt bi 'umūm al-lafẓ lā bi khuṣūṣ al-sabab*

9. **Lafẓ al-Jalālah**

Lafẓ al-jalālah (lafal kemuliaan) “Allah” (الله) yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah* (*hamzah wasal*).

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullāh* بِاللَّهِ *Billāh*

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf *t*.

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

- *Wa mā Muammadun illā rasūl*
- *Inna awwala baitīn wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*
- *Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur’ān*
- Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī
- Abū Naṣr al-Farābī
- Al-Gazālī
- Al-Munqiz min al-Ḍalāl