

**PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN**

SKRIPSI

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



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
1443 H / 2022 M**

ABSTRAK

Miftah Fahmi. NIM: 1808204078. "PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN", 2022.

Pasar merupakan pusat perbelanjaan masyarakat, dengan adanya pasar memudahkan bagi masyarakat terdekat untuk berbelanja guna untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Di dalam pasar terdapat banyak toko dan berbagai jenis produk yang di sediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, oleh karena itu persaingan antara pedagang untuk menarik pelanggan sudah menjadi hal biasa yang sering terjadi di pasar. Untuk menghadapi persaingan tersebut para pedagang harus mengetahui betul produk seperti apa yang harus disajikan di pasar dan dibutuhkan konsumen. dan pedagang juga harus meningkatkan kinerja pemasarannya agar profitabilitas usaha bagus terutama dalam hal produk dan harga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel harga dan ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengolah data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di pasar Cilimus Kabupaten Kuningan Jawa Barat dengan populasi yang di ambil adalah konsumen yang berbelanja pakaian di pasar tradisional Cilimus dengan sampel yang di ambil sebanyak 100 responden dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, angket (kuesioner), dan dokumentasi.

Setelah data terkumpul data di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda yang di bantu oleh *software* IBM SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (X1) dan ketersediaan Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan. Di hasilkan juga berdasarkan hasil uji *koefisien determinasi* (R²) bahwa variabel independen harga dan ketersediaan produk berkontribusi sebesar 37,9% terhadap variabel dependen (Y) keputusan konsumen berbelanja, Sedangkan sisanya yaitu 62,1% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor harga dan ketersediaan produk.

Kata Kunci: Harga, Produk, Belanja

ABSTRACT

Miftah Fahmi. NIM: 1808204078. "THE INFLUENCE OF PRICE AND AVAILABILITY OF PRODUCTS ON CONSUMER DECISIONS TO SHOPPING FASHION IN CILIMUS KUNINGAN MARKET", 2022.

The market is a community shopping center, with the market making it easier for the closest people to shop in order to meet their needs. In the market there are many shops and various types of products are provided to meet consumer needs, therefore competition between traders to attract customers has become a common thing that often occurs in the market. To face this competition, traders must know very well what kind of products should be presented in the market and what consumers need. and traders must also improve their marketing performance so that business profitability is good, especially in terms of products and prices. The purpose of this study was to determine whether the variable price and product availability affect consumer decisions to shop.

This study uses a quantitative approach by processing ratio data and the focus of this research is to determine the magnitude of the influence between the variables studied. This research was conducted in the Cilimus market, Kuningan Regency, West Java with the population taken were consumers who shopped for clothes at the Cilimus traditional market with a sample of 100 respondents and the data collection techniques used were observation, questionnaires, and documentation techniques.

After the data was collected, the data were analyzed using multiple linear regression analysis assisted by IBM SPSS software version 22. The results showed that price (X_1) and product availability (X_2) had a positive and significant effect either partially or simultaneously. It was also produced based on the results of the coefficient of determination (R^2) that the independent variables of price and product availability contributed 37.9% to the dependent variable (Y) of consumer shopping decisions, while the remaining 62.1% was influenced by factors other than price and availability. product.

Keywords: price, product, shopping

YEKH NURJATI
CIREBON

المُلْخَصُ

مفتاحهمي. رقمهويقطالمساحة: ملليار وثمانينمائةقيرثمانيمليون نومائتنانوأربعةلفوشانيهوسبعون "تأثير السعر و توافر المنتجات على قرار اتالمستهلكاتسو قالازيات فيسوق كونينجان" ، 2022

السوق هو مركز تسوق مجتمعي ، حيث يسهل السوق على أقرب الناس التسوق من أجل تلبية احتياجاتهم. يوجد في السوق العديد من المتاجر ويتم توفير أنواع مختلفة من المنتجات لتلبية احتياجات المستهلك ، لذلك أصبحت المنافسة بين المتداولين لجذب العملاء أمراً شائعاً يحدث غالباً في السوق. لمواجهة هذه المنافسة ، يجب أن يعرف المتداولون جيداً نوع المنتجات التي يجب تقديمها في السوق وما يحتاجه المستهلكون. ويجب على المتداولين أيضاً تحسين أدائهم التسويقي بحيث تكون ربحية الأعمال جيدة ، خاصة من حيث المنتجات والأسعار. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كان السعر المتغير وتوافر المنتج يؤثران على قرارات المستهلك بالسوق.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي من خلال المعالجة تبیانات النسبة، وينصيترکیز هذا البحث على تحديد حجم التأثير بين المتغيرات الـ Cilimus، Kuningan Regency مدروسة. تم إجراء هذا البحث في سوق Cilimus ، جاوة الغربية مع السكان الذين تماخذ هم من المستهلكين الذين يتسوقون الشراء الملابسي سوق 100. مشاركوا كانوا تتقنيات جمع البيانات المستخدمة هي المراقبة والاستبيانات تقييمات التوثيق

الإصدارات IBM SPSS بعد جمع البيانات، تم تحليل البيانات باستخدام الخطي المترافق بـ SPSS. تم استخدام برنامج كاثلهما تأثير إيجابي هام سوا جزئياً أو مترافقاً (X2) و توافر المنتج (X1). وأظهرت النتائج أن السعر أن المتغير المستقل للسعر و توافر المنتج يساهم بنسبة 37.9٪ (R2) كماتناتجه بناءً على نتائج جمع عامل التحديد لقرار اتالتسو قرار المستهلك، بينما تأثر النسبة المتبقية البالغة 62.1٪ (Y) في المتغير التابع .. بعوامل أخرى من السعر و توافر المنتج.

الكلمات الدالة: السعر ، المنتج ، التسوق.



PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN

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



NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di Cirebon

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Miftah Fahmi, NIM: 1808204078 dengan judul "PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN" kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alalkum Wr.Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Moh. Mabruri Faozi MA

NIP. 19731125 201411 1 002

Afif Muamar, M.H.I

NIP. 19851219 201503 1 007

Mengetahui:

Kep. Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Hayyamah, M.Si

NIP. 197210072911011002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN**", oleh **Miftah Fahmi, NIM: 1808204078**, telah diajukan dalam sidang munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 22 Juni 2022

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Isntitut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Miftah Fahmi

NIM : 1808204078

Tempat Tanggal Lahir : Kuningan, 16 September 1999

Alamat : Wil. 02 Gunungmanik, Desa. Silebu, Kecamatan. Pancalang, Kabupaten. Kuningan

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN**" ini beserta isinya adalah benar-benar 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 dijatuhan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Cirebon, 2022
Saya yang menyatakan,


Miftah Fahmi
NIM. 1808204078.

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim....

Yang pertama saya persembahkan karya kecil saya ini kepada kedua orang tua saya yang saya sayangi dan hormati, bapak mamah saya yang selalu mensuport dan selalu mendo'akan saya. Saya merasa ragu karya yang kecil ini cuku untuk membalas jasanya tetapi dengan adanya karya ini saya hanya berharap bisa menjadi bukti kebaktian dan rasa syukur saya kepada kedua orang tua saya.

Tidak lupa kepada orang-orang terdekat saya, saudara saya, teman-teman saya, dosen pembimbing, instansi-instansi dan lainnya yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu saya dan mensuport saya, saya persembahkan karya ini semoga dengan adanya bukti karya yang kalian bantu dan suport ini kalian semua mendapatkan berkah dan manfaatnya. Terima kasih banyak semuanya.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Miftah Fahmi yang dilahirkan di Kuningan, pada tanggal 16 September 1999. Penulis adalah anak dari pasangan Bapak Mamal Kamaluddin dan Ibu Iis Aesiyah yang merupakan anak ke dua dari lima bersaudara. Alamat tinggal penulis di Wil. 02 Gunungmanik, Desa. Silebu, Kecamatan. Pancalang, Kabupaten. Kuningan.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. SDN Silebu Kuningan pada tahun 2006
2. SDN Kancana Majalengka pada tahun 2006-2011
3. MTS Manba'ululum Silebu Kuningan pada tahun 2011
4. MTS Baitul Hikmah Haur Kuning Tasikmalaya 2012-2014
5. MA Baitul Hikmah Haur Kuning Tasikmalaya 2014-2017

Pengalaman organisasi yang pernah diikuti di kampus:

1. Anggota senjapreneur

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul Skripsi "PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN", dibawah bimbingan Bapak Moh. Mabruri Faozi MA dan Bapak Afif Muamar, M.H.I

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya , atas seluruh curahan rahmat dan hidayatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN" ini tepat pada waktunya . Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Syekh Nurjati Cirebon.

Selama penyelesaian pembuatan dan penulisan skripsi ini, saya sering kali mendapatkan bantuan, bimbingan, pengajaran dan masukan dari banyak orang baik secara langsung maupun tidak langsung . Untuk itu saya menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Dr. Layaman, SE, M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Achmad Otong Bustomi, Lc, M.Ag, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
6. Bapak Moh. Mabruri Faozi MA dan Bapak Afif Muamar, M.H.I selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Lilis Sugili Kepala Desa Cilimus yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada pedagang pasar Cilimus yang telah banyak membantu saya untuk memberikan masukan dan mencari responden.

9. Kepada konsumen pakaian pasar cilimus yang telah membantu dengan bersedia menjadi responden untuk penyusunan penelitian skripsi ini.
10. Kepada teman saya yang bernama Yuyun Yuningsih, Fawaz Yasir, Cantika, Andra, Kiki, Rio, Lili, Tania, Ratna yang telah membantu secara langsung dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah
12. banyak memberikan sumbangan pemikiran bagi penyempurnaan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang tidak bisa sebutkan semuanya satu-persatu saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya semoga dengan adanya bukti karya yang kalian bantu dan suport ini kalian semua mendapatkan berkah dan manfaatnya. Terimakasih banyak semuanya.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
الملخص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
KATA PERSEMAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB IPENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	3
1. Identifikasi Masalah.....	3
2. Batasan Masalah	3
3. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB III LANDASAN TEORI	6
A. Tinjauan Umum Harga.....	6
1. Pengertian Harga.....	6
2. Konsep Harga.....	7
3. Strategi penetapan harga	10
4. Metode Penetapan Harga	12
5. Tujuan Penetapan Harga	13
6. Indikator Harga	14
B. Tinjauan Umum Produk.....	16
1. Pengertian Produk.....	16
2. Tinjauan Umum Ketersediaan Produk.....	17
3. Indikator Ketersediaan Produk	18

C. Tinjauan Umum Konsumen	18
1. Pengertian Konsumen	18
2. Jenis-jenis Konsumen	19
3. Keputusan Berbelanja Konsumen	20
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berbelanja ..	21
5. Indikator keputusan konsumen berbelanja.....	22
D. Tinjauan Umum <i>Fashion</i>	22
E. Tinjauan Umum Pasar.....	23
1. Pengertian Pasar.....	23
2. Fungsi Pasar	24
3. Jenis-Jenis Struktur Pasar	25
F. Penelitian Terdahulu	29
G. Kerangka Berpikir.....	35
H. Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
1. Lokasi Penelitian.....	38
2. Waktu Penelitian.....	38
C. Operasional Variabel.....	38
1. Variabel Terikat (Devenden Variable).....	38
2. Variabel bebas (independent variable).....	39
D. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
1. Observasi.....	43
2. Angket (kuesioner).....	43
3. Dokumentasi	44
F. Sumber data.....	44
G. Metode Analisis Data.....	45
1. Analisis Instrumen	45
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Analisis Regresi Linear Berganda	47
4. Uji Hipotesis	48
5. Koefisien Determinasi (R)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Pasar Cilimus.....	50
1. Seputar Pasar Cilimus	50
2. Struktur Organisasi Pengurus Pasar.....	51

B.	Karakteristik Responden	52
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	52
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	53
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah kunjungan	55
C.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
1.	Harga (X1)	56
2.	Ketersediaan Produk (X2).....	57
3.	Keputusan Konsumen Berbelanja (Y)	59
D.	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	60
1.	Uji validitas.....	60
2.	Uji Reliabilitas	62
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
1.	Uji Normalitas.....	63
2.	Uji Multikolinearitas.....	65
3.	Uji Heterokedastisitas	66
F.	Analisis Regresi Linier Berganda	67
G.	Hasil Uji Hipotesis	69
1.	Uji Parsial (t).....	69
2.	Uji Simultan (F)	71
H.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
I.	Pembahasan Hasil Penelitian	73
1.	Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja.....	73
2.	Pengaruh Ketersediaan Produk (X2) terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja <i>Fashion</i>	74
3.	Pengaruh Harga (X1) dan Ketersediaan Produk (X2) terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja.....	75
BAB V	76
PENUTUP	76
A.	Kesimpulan	76
B.	Saran.....	77
1.	Bagi Pedagang Pakaian di Pasar Cilimus	77
2.	Bagi Pengunjung Pasar Cilimus.....	77
3.	Bagi Penelitian Selanjutnya	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82
Lampiran 1 Instrumen Penelitian	82	
Lampiran 2 Hasil Uji SPSS Validitas.....	84	

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS Reliabilitas.....	85
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik	87
Lampiran 5 Analisis Regresi	88
Lampiran 6 Perhitungan r Tabel.....	90
Lampiran 7 Titik Persentase Distribusi T.....	92
Lampiran 8 Perhitungan F Tabel.....	93
Lampiran 9 Surat Pengantar Penelitian	97
Lampiran 10 Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian.....	98
Lampiran 11 Kartu Bimbingan.....	99
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian	100



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah kunjungan.....	55
Tabel 4. 6 Kategori Interval	55
Tabel 4. 7 Data Frekuensi Terhadap Variabel Harga (X1)	56
Tabel 4. 8 Data Frekuensi terhadap Variabel Ketersediaan Produk (X2)	57
Tabel 4. 9 Data Frekuensi terhadap Variabel Keputusan Konsumen Berbelanja (Y)	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Produk (X2)	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen Berbelanja (Y)..	62
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 14 Hasil uji <i>normalitas Kolmogorov-Smirnov, Exact Monte Carlo</i>	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Persial (t).....	70
Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Simultan).....	72
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Pasar.....	51

