

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM  
(Studi pada Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di  
Kota Siak Sri Indrapura)  
Sri Ulan Dari<sup>1</sup>, Yessi Gassela<sup>2</sup>**

<sup>12</sup>STAI Sulthan Syarif Hasyim Siak Indonesia

Email: [yessigassela1701@gmail.com](mailto:yessigassela1701@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of price and product quality on consumer satisfaction from the perspective of Islamic economics at H. M. Yasir (Aciak) Gold Shop, Famili Branch in Siak Sri Indrapura City. This research used a quantitative approach with survei method. The population of this study consisted of consumers who had purchased gold jewelry at the shop, totaling 1,197 consumers. This sampling technique used teh Solvin formula to determine the number of respondents. Data were collected through questionnaires, interviews, and documentation. The data analysis techniques included validity tests, reliabiliti tests, classical assumption tests, and hypothesis testing using multiple linear regression analysis. The result showed that price has an influence on consumer satisfaction because consumers tend to consider the suitability between the price and the benefits obtained from product. In addition, product quality also has an influence on consumer satisfaction because good product quality can increase consumer trust and satisfaction. From the perspective of Islamic economics, fair pricing and good product quality reflect the principles of honesty and justice in bussiness activities, which create consumer satisfaction an trust.*

**Keywords:** *Consumer Satisfaction, Islamic Economics, Price, Product Quality*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam pada Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian emas pada toko tersebut dengan jumlah populasi sebanyak 1.197 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sejumlah responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dengan manfaat produk yang diperoleh. Selain itu, kualitas produk juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena kualitas ekonomi Islam, penetapan harga yang adil dan kualitas produk yang baik merupakan bentuk penerapan prinsip kejujuran dan keadilan dalam aktivitas bisnis sehingga mampu menciptakan kepuasan dan kepercayaan

**Kata Kunci:** *Kepuasan Konsumen, Ekonomi Islam, Harga, Kualitas Produk*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Persaingan antar pelaku usaha semakin ketat sehingga setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan memberikan kepuasan kepada konsumen melalui produk dan layanan yang berkualitas.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan konsumen terhadap suatu produk dengan kinerja produk yang diterima. Apabila produk yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa kecewa.

Dalam kegiatan pemasaran, harga merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Penetapan harga yang tepat akan memberikan nilai bagi konsumen serta dapat meningkatkan daya saing suatu usaha.

Selain harga, kualitas produk juga merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk berkaitan dengan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai moral dan etika. Islam menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, serta larangan melakukan kecurangan dalam kegiatan perdagangan. Oleh karena itu, penetapan harga dan penyediaan produk harus dilakukan secara adil dan tidak merugikan pihak lain.

Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili merupakan salah satu toko emas yang cukup dikenal oleh masyarakat di Kota Siak Sri Indrapura. Toko ini menyediakan berbagai jenis perhiasan emas seperti cincin, gelang, kalung, dan anting dengan berbagai model dan kadar emas yang berbeda. Banyak pilihan produk yang ditawarkan membuat toko ini menjadi salah satu tujuan masyarakat dalam membeli perhiasan emas.

Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat beberapa keluhan dari konsumen terkait dengan harga dan kualitas produk yang ditawarkan. Sebagian konsumen menganggap bahwa harga yang ditawarkan cukup tinggi, sementara beberapa konsumen lainnya mengeluhkan produk yang dinilai kurang sesuai dengan harapan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini dilakukan

untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam pada Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura.

## **KAJIAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

### **1.1 Harga**

Harga merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan pemasaran karena menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Harga dapat diartikan sebagai sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Penetapan harga yang tepat dapat memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen serta keberhasilan suatu usaha.

Menurut Kotler dan Keller, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dalam praktiknya, harga tidak hanya mencerminkan nilai ekonomi dari suatu produk, tetapi juga mencerminkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut.

Dalam kegiatan usaha, penetapan harga harus dilakukan secara hati-hati dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, kondisi pasar, tingkat persaingan, serta daya beli konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan konsumen enggan melakukan pembelian, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang rendah.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penetapan harga harus dilakukan secara adil dan tidak merugikan pihak lain. Islam melarang praktik kecurangan dalam perdagangan seperti penipuan, manipulasi harga, maupun pengambilan keuntungan yang berlebihan. Oleh karena itu, pelaku usaha harus menetapkan harga secara wajar serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai produk yang dijual.

### **1.2 Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk berkaitan dengan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik akan memberikan nilai tambah bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Menurut Tjiptono, kualitas produk adalah tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik produk, tetapi juga mencakup berbagai atribut lain seperti desain, daya tahan, keandalan, serta kemudahan penggunaan.

Dalam usaha penjualan emas, kualitas produk menjadi hal yang sangat penting karena berkaitan dengan kadar emas, desain perhiasan, serta ketahanan produk. Konsumen biasanya akan memperhatikan kualitas produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Produk dengan kualitas yang baik akan memberikan rasa percaya kepada konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dalam perspektif ekonomi Islam, menjaga kualitas produk merupakan bagian dari tanggung jawab moral seorang pelaku usaha. Islam mendorong para pedagang untuk bersikap jujur dan tidak menyembunyikan cacat produk yang dijual. Dengan demikian, kualitas produk yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai etika dalam kegiatan bisnis.

### **1.3 Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan antara harapan terhadap suatu produk dengan kinerja produk yang diterima. Kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha.

Menurut Kotler, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil uang dirasakan sesuai dengan harapannya. Apabila kinerja produk sesuai atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan suatu usaha. Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus berusaha untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen agar dapat memberikan produk yang sesuai dengan keinginan mereka.

Dalam perspektif ekonomi Islam, kepuasan konsumen juga berkaitan dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam kegiatan bisnis. Pelaku usaha dianjurkan untuk memberikan produk yang berkualitas serta tidak melakukan praktik yang merugikan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

### **2.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel harga dengan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui pengolahan data secara statistik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Penelitian kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel

independen yaitu harga dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

## **2.2 Lokasi Penelitian: Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura**

Lokasi penelitian adalah Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura. Toko emas ini merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan perhiasan emas dan melayani berbagai kebutuhan masyarakat terhadap produk emas, baik untuk keperluan investasi maupun penggunaan sehari-hari. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa toko tersebut memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak sehingga dapat memberikan data yang relevan bagi penelitian mengenai kepuasan konsumen.

## **2.3 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak toko, jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.197 konsumen. Karena jumlah populasi cukup besar, maka penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan responden yang akan diteliti. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sejumlah responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian emas pada toko tersebut dan bersedia mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti

## **2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa metode, yaitu:

- Kuesioner: memperoleh data mengenai persepsi konsumen terhadap harga, kualitas produk, serta tingkat kepuasan konsumen.
- Wawancara: memperoleh informasi tambahan dari pihak toko terkait dengan kegiatan usaha yang dijalankan serta hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.
- Dokumentasi: memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan penelitian, seperti data jumlah konsumen serta informasi lain yang relevan dengan penelitian.

## **2.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis melalui beberapa tahap pengujian sebagai berikut:

- Uji Validitas: mengetahui apakah instrumen penelitian yang digunakan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.
- Uji Reliabilitas: mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel penelitian.

- Uji Asumsi Klasik: memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi syarat analisis regresi. Uji ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.
- Analisis Regresi Linier Berganda: mengetahui pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- Uji hipotesis: mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- Koefisien Determinasi ( $R^2$ ): mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan perhiasan emas yang berlokasi di Kota Siak Sri Indrapura. Toko ini melayani berbagai kebutuhan masyarakat terhadap produk emas, baik untuk keperluan investasi maupun penggunaan sehari-hari seperti cincin, gelang, kalung, dan berbagai jenis perhiasan lainnya. Sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang perdagangan emas, Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili berupaya memberikan harga yang bersaing. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen serta meningkatkan kepuasan mereka terhadap produk yang ditawarkan.

### **B. Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian pada toko tersebut. Data responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang bersedia memberikan informasi mengenai persepsi mereka terhadap harga, kualitas produk, serta kepuasan konsumen. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari beberapa aspek seperti jenis kelamin, usia, serta pengalaman melakukan pembelian produk emas. Informasi mengenai karakteristik responden ini penting untuk memberikan gambaran mengenai profil konsumen yang menjadi objek dalam penelitian.

### **C. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki korelasi yang lebih besar dari nilai  $r$  tabel sehingga dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah mampu

mengukur variabel penelitian secara tepat.

Selain itu, dilakukan juga uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien reliabilitas yang berada di atas batas minimum yang ditentukan sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut reliabel.

#### **D. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi untuk memastikan bahwa data penelitian memenuhi syarat analisis statistik. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal serta tidak ditemukan adanya masalah multikolinearitas maupun heteroskedastisitas. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linier berganda.

#### **E. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis yang digunakan, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

X<sub>1</sub> = harga

X<sub>2</sub> = kualitas produk

a = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien regresi

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

#### **F. Pengujian Hipotesis**

##### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk akan memberikan persepsi positif bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap produk yang dibeli.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk emas yang ditawarkan oleh Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Produk dengan kualitas yang baik seperti kadar emas yang sesuai, desain yang menarik, serta ketahanan produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

### **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan kualitas produk yang ditawarkan akan memberikan pengalaman positif bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga dan produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

- Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh toko memiliki peran penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk akan memberikan nilai positif bagi konsumen sehingga meningkatkan kepuasan mereka.
- Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Emas H. M. Yasir (Aciak) Cabang Famili di Kota Siak Sri Indrapura. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Afdillah, Lutfatul, Hesti Widiyanti, and Fitri Amaliyah. "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Nibra'S (Studi Kasus Pada Toko Rahnem Kabupaten Tegal)," 2021, 1–7.

- A. A Islahi. 1997 “Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah”, (Surabaya: PT Bina Ilmu), hlm.107
- Abi Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim, Mat’mu Al-Bukhori Masykul ni Ilmiah. Darul Fiqr. hlm. 16
- Amalia Euis. 2010 “Sejarah Pemikiran Islam dari Masa Klasik Hingga Kontemporer” (Jakarta: Gramata Publishing, 2010), hlm. 159
- Anoraga Pandji. 2009 “Manajemen Bisnis” (Jakarta: Rineka Cipta) hlm.192
- Assuri Sofyan. 2013 “Manajemen Pemasaran: Konsep, dasar dan Strategi” (Jakarta: Rajawali Pers), hlm. 12
- Arikunto Suharsimi, Prosedur Penelitian, hlm. 221
- Budiarto Teguh. 1993 “Dasar Pemasaran,” (Jakarta: Gunadarma), hlm. 86
- Daga Rosnaini & Citra. 2017 “Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan”, (Makassar: Global RCI), hlm. 37
- Departemen Agama, 2007 Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya (Bandung: PT. Sygma Examedia)
- Departemen Agama. 2007 “Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya (Bandung: PT. Sygma Examedia) hlm. 25
- Departemen Agama. 2007 “Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya” (Bandung: PT. Sygma Examedia2007) hlm. 163
- Departemen Agama. 2007 “Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya” (Bandung: PT. Sygma Examedia) hlm. 83
- Departemen Agama. 2007 “Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya” (Bandung: PT. Sygma Examedia) hlm. 87
- Departemen Pendidikan Nasional. 2000 “Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga,” (Jakarta: Balai Pustaka), hlm. 177
- Devitasari Nela. 2020 “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret di Desa Wringinanom Kabupaten Gresik”, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, hlm. 5

Fauzi, Rizki Ahmad, and Siti Nurbijah. "Analisis Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Omset Perum Pegadaian Cabang Cicurug." *Jurnal Ilmiah Binaniaga* 3, no. 02 (2018): 35. <https://doi.org/10.33062/jib.v3i02.195>.

Gunara Thoriq dan Utus Hardiono Sudibyو. 2007" Marketing Muhammad" (Bandung: Salmadani Puataka Semesta) hlm.57

Gofur Abdul. 2019 "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*

Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol.4, No.1, hlm. 38

Hafidhah dkk, 2021 "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dikaji dalam Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Pelanggan Produk Busana Muslim Toko Ija Kroeng di Banda Aceh)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* Volume 5, No. 2 Juli, hlm. 9

Hasan Iqbal. 2006 "Analisis Data Penelitian dengan Statisti", (Jakarta: Bumi Aksara), h. 17

Hasan Iqbal, 2005 "Pokok-pokok Materi Statistik Edisi ke-2 cet ke 3" (Jakarta: Bumi Aksara), 235.

Hasil Wawancara dengan Bang Aciak (Pemilik Toko Emas Familli) 28 Oktober 2023

Hidayati Tri, dkk. 2019 "Statistika Dasar" (Purwokerto: CV. Pena Persada), hlm. 20

Herdioko Jonathan, dkk, 2020 "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen" *Jurnal Bisnis* Volume 15, No. 2, hlm. 99

Heryanto Imam. 2015 "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 9, No. 2, hlm. 84 Indrasari Meithiana., Op.Cit., hlm. 45-46

Jabarin bin Ahmad Al-Haritsi. 2006 "Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab" Cet. I,(Jakarta: Khalifa) hlm. 78

Kotler, Philip, and Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 J. Jakarta, 2012.

- Kotler Philip & Lene Kevin Keller. 2008 “Manajemen Pemasaran”, Jakarta: Prenhallindo, hlm.234.
- Kusnandar, R. 2010 “Cara Cerdas Berkebun Emas”, (Jakarta: Trans Media Pustaka), hlm. 238
- Lubis Nurhalimah. 2018 “Pengaruh Harga, Keberagaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian AICE Ice Cream” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara), hlm. 17
- Manan, Abdul. 2009 “Aspek Hukum Dalam Penyelenggaraan Investasi di Pasar Modal Syariah Indonesia”, (Jakarta: Perdana Media), hlm. 183.
- Maulana Syarif Ade. 2016 “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI”, Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2, hlm.113
- Mariansyah Alvin dan Amiruddin Syarif. 2020 “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Café Kabalu”, Jurnal Ilmiah Bina Manajemen, Vol. 3 No. 2, hlm. 135.
- Meithiana Indrasari,. Op.Cit., hlm. 44
- Nasution Ilhamy Lathief Muhammad. 2018 “Manajemen Pembiayaan Bank Syariah”, ( Medan: FEBI UINSU PRESS), hlm. 53.
- Nurazizah, Berlianita dkk. 2021 “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Emas Di Galeri Azizah” (Urnal Aplikasi Bisnis, Volume:7 Nomor:2), hlm.109
- Pardiansyah, Elif. 2017 “Investasi dalam Perspektif Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis dan Empiris”, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 8, No. 2, hlm. 337
- Prawirosentono Suyadi. 2002 “Manajemen Mutu Terpadu” (Jakarta : Bumi Aksara), hlm. 47
- Priyatno Duwi, 2012 “Cara Kilat Analisis Data Dengan SPSS 20” (Yogyakarta: CV Andi Offset), hlm. 158.
- Rachma Andanawari Anindya. 2010 “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2014), h. 27.
- Rayhan Adhitya, Wisnu, Kevin Aprilio Damanik, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. “Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Produk

Terhadap Minatbeli Sepatu Lokal Ventela (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Potensi Utama)." Jurnal Multilingual 3, no. 2 (2023): 1412–4823.

Rosnaini Daga, Loc. Cit., hlm. 37

Rosnaini Daga, Loc.Cit., hlm.80

Rufliansah Firdaus Fahmi dkk, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)" Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. IV Universitas Diponegor, hlm. 390

Safrizal, Safrizal. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang Tirta Tamiang Di Kecamatan Tenggulun." Jurnal Manajemen Dan Keuangan 6, no. 2 (2018): 808–17.

<https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.686>.

Saladin Djaslim. 2010 "Manajemen Pemasaran," (Bandung: Linda Karya), hlm. 172

Sanusi AnwarI. 2013 "Metodologi Penelitian Bisnis" Cetakan Ketiga. (Jakarta: Salemba empat), hlm. 132

Setia Ria & dkk, 2018 "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 11 Mojoroto-Kediri", Jurnal Ekonomi – Vol 1 Nomor 2, hlm. 287

Siyoto Sandu,. 2015 "Dasar Metodologi Penelitia" (Yogyakarta: Literasi Media Publishing), hlm. 44-45

Sugiyono, 2015 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, ( Bandung: Alfabeta Bandung), hlm. 60

Sugiyono, Prof. Dr. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, Bandung, 2018.

Sugiono. 2007 "Penelitian Administrasi," (Bandung: Alfabeta) hlm.7

Sugiyono,. 2013 "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta), hlm. 80

Supriono Agus Iwan. 2020 "Pengantar Metodologi Penelitian Kuantitatif" (Sukabumi, Farha Pustaka, Cet pertama), hlm. 3

- Syahrum dan Salim. 2012 “Metodologi Penelitian Kuantitatif” (Bandung: Citapustaka Media), hlm 108
- Syula Saykir M. 2004 “Syar’ah Marketing” (Jakarta: Mizan Publingshing), hlm. 456
- Tjiptono Pandi. 2015 “Strategi Pemasaran” (Yogyakarta: Andi) hlm. 185
- Widowati, Maduretno. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Mere Terhadap Penjualan Barang Pharmasi Di PT Anugrah Pharmindo Lestari, Jawa Tengah, 2008.
- Wibowo Sukarno & Dedi Supriadi. 2013 “Ekonomi Mikro Islam”, (Bandung, Pustaka Setia), hlm.221
- Zainal Rivai Veithzal, dkk. 2014 “Islamic Business Management" Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam (Yogyakarta: BPFE) hlm. 380
- Yusuf Qardhawi, 2000 “Fatwa-fatwa Mutakhir” (Bandung: Pustaka Hidayah), hlm. 137