

# PENGARUH STRATEGI PENJUALAN BUKU MELALUI AKAD KHIYAR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Toko Buku H. Minan Babat Lamongan)

Imro'atul Magfiroh<sup>1)</sup>, Abdullah Zawawi<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan, Jawa Timur, Indonesia

<sup>2</sup> Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan, Jawa Timur, Indonesia

Email: Imroah12@gmail.com<sup>1</sup>, abduallahzawawi134@gmail.com<sup>2</sup>

**Abstrak:** Dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan konsumen yang baik, penjual harus mempunyai kemampuan dan harus dapat menciptakan rasa tanggung jawab kepada konsumen agar dapat menciptakan keahlian yang baik dalam bidang pelayanan konsumen. Dengan cara mengadakan akad khiyar konsumen akan merasa puas karena dapat memilih-milih produk yang diinginkan dan tidak merasa dirugikan. Adapun Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksperimen dengan rumusan masalah "Bagaimana pelaksanaan strategi penjualan buku terhadap kepuasan konsumen?" Kemudian rumusan masalah yang kedua adalah "Bagaimana pengaruh strategi penjualan buku melalui akad khiyar terhadap kepuasan konsumen?" adapun hasil penelitian: pertama, bahwa toko buku H. Minan ini selalu memberi pelayanan yang baik kepada konsumennya dengan cara memberikan waktu untuk memilih-milih barang yang diinginkan. Kedua, bahwa cukup besar Pengaruh Strategi Penjualan Buku Melalui Akad Khiyar terhadap Kepuasan Konsumen di toko H. Minan Babat Lamongan. Karena berdasarkan analisis regresi sederhana  $Y = 3,236 + 0,824 X$ . Nilai 4,06 adalah nilai konstanta (a). Nilai 0,824 merupakan koefisien regresi yang berarti bahwa setiap adanya penambahan sebesar 1,- untuk penjualan buku melalui akad khiyar akan mengakibatkan kenaikan tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,824 adapun nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,822, hal ini menunjukkan bahwa penjualan buku melalui akad khiyar mempunyai sumbangan pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** *Strategi penjualan buku; akad khiyar; kepuasan konsumen.*

**Abstract:** In an effort to improve good customer service, sellers must have the ability and must be able to create a sense of responsibility to consumers in order to create good expertise in the field of customer service. By holding a khiyar contract, consumers will feel satisfied because they can choose the desired product and do not feel disadvantaged. The method used in this study is a quantitative experiment with the formulation of the problem "How is the implementation of the book selling strategy on consumer satisfaction?" Then the second problem formulation is "How does the strategy of selling books through the khiyar contract affect consumer satisfaction?" As for the results of the research: first, that the H. Minan bookstore always provides good service to its consumers by giving time to choose the desired items. Second, that the influence of the book selling strategy through the Khiyar contract is quite large on consumer satisfaction at the H. Minan Babat Lamongan store. Because based on simple regression analysis  $Y = 3.236 + 0.824 X$ . The value of 4.06 is the constant value (a). The value of 0.824 is a regression coefficient, which means that any addition of 1. large enough to customer satisfaction..

**Keywords :** *Book selling strategy; khiyar contract; consumer satisfaction.*

## A. Pendahuluan

Di era globalisasi seperti sekarang ini semakin memerlukan perhatian yang lebih terutama dalam menghadapi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang maju sesuai kemajuan zaman. Di dalam perkembangan ilmu pengetahuan maupun teknologi terdapat banyak dampak positif tetapi tidak menutup kemungkinan menimbulkan banyak masalah dalam menghasilkan suatu produk yang sama atau sejenis kualitas atau mutu yang baik.

Hal ini membuat perusahaan berlomba-lomba untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Toko buku menjadi hal yang utama untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena konsumen tidak bisa lepas dari pentingnya membaca dan pentingnya ilmu pengetahuan untuk konsumen. Toko buku ini menawarkan berbagai jenis buku-buku bacaan yang berkualitas dan harga yang sangat terjangkau sehingga konsumen merasa puas berbelanja di toko buku ini. Di sini juga konsumen bisa memilih-milih buku mana yang dicari dan disukai kemudian membelinya. Toko buku ini juga menawarkan jika ada kerusakan di buku ini bisa ditukarkan kembali di toko tersebut sehingga konsumen merasa tidak dirugikan.

Dengan melihat berbagai masalah di atas mengenai pentingnya membaca menghadapi perkembangan zaman ini diharapkan mampu untuk mencapai titik pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas. Dalam uraian di atas dapat diperlihatkan bahwa dalam kehidupan sehari-hari ilmu sangatlah penting. Maka dari itu perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas buku ilmu pengetahuan dan meningkatkan produktifitasnya.

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan sebuah produk baik berupa barang maupun jasa dari produsen ke konsumen sebagai sasarannya. Tujuan penjualan adalah untuk mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan oleh produsen dengan pengelolaan yang baik dalam pelaksanaan dan mendapatkan keuntungan yang banyak.

Produsen harus memenuhi kebutuhan konsumen dan memperbaiki produk-produk yang disediakan dan melakukan pengadaan produk-produk yang baru agar konsumen merasa dipenuhi kebutuhannya dan jika kebutuhan konsumen terpenuhi dengan baik mereka akan senang berbelanja di toko tersebut sehingga penjualan akan meningkat dan penjual memberi saran kepada konsumen dan menunjukkan produk-produk dan jasa agar dapat mengetahui masalah-masalah konsumennya agar dapat mengatasi masalah tersebut.

Langkah-langkah dalam proses penjualan adalah kita harus mencari konsumen yang masuk sebagai pelanggan potensial. Dalam penjualan harus melibatkan dua pihak yaitu produsen dan konsumen, produsen sebagai orang yang pertama dan konsumen sebagai orang yang kedua. Produsen harus mampu meyakinkan konsumennya agar mampu mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan mendapatkan keuntungan.

Dalam melakukan penjualan konsumen akan lebih suka memilih-milih barang yang diinginkan dan kebutuhannya terpenuhi dan produsen harus melayani konsumen dengan baik dan bertanggung jawab terhadap tugas yang dikerjakannya agar tercipta suasana yang baik agar konsumen senang berbelanja karena mendapatkan pelayanan yang telah diinginkan. Dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan konsumen yang baik yang baik penjual harus mempunyai kemampuan dan harus dapat menciptakan rasa tanggung jawab kepada konsumen agar dapat menciptakan keahlian yang baik dalam bidang pelayanan konsumen.

Dengan cara mengadakan akad khiyar konsumen akan merasa puas karena dapat memilih-milih produk yang diinginkan dan tidak merasa dirugikan. Kepuasan konsumen merupakan fungsi

seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan oleh konsumen. Dengan akad khiyar konsumen akan merasa puas kalau produk yang diinginkan sesuai dengan yang diharapkan. Dan konsumen akan lebih puas lagi kalau produk tersebut melebihi harapan dan untuk mendapatkan kepuasan yang tinggi pada saat konsumen melakukan pembelian produk atau jasa ini harus dilayani dengan baik agar konsumen merasa nyaman.

Untuk mewujudkan pelayanan konsumen yang baik dan maksimal seorang penjual harus fokus terhadap pekerjaannya dengan baik dan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya hal ini dapat menentukan kualitas pelayanan dan dengan kepuasan konsumen dapat dicapai dengan pelayanan yang diberikan dengan baik. Jika konsumen merasa nyaman mereka akan mengajak konsumen lain untuk berbelanja di toko tersebut sehingga konsumen akan meningkat banyak dan hasil penjualan juga akan meningkat sehingga penghasilan di toko tersebut akan meningkat dan memiliki keuntungan yang banyak sehingga akan mengalami kemajuan yang pesat. Semakin banyaknya kesadaran konsumen mengenai pelayanan yang baik yang akan menciptakan kepuasan terhadap konsumen dan produsen harus semakin meningkatkan pelayanan yang diberikan sehingga konsumen akan lebih merasa senang dan nyaman berbelanja di toko tersebut sehingga akan meningkatkan penghasilan di toko tersebut.

## B. Metode

Penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya<sup>1</sup>. Jadi metode penelitian dapat diartikan sebagai cara atau langkah-langkah yang sistematis dan logis untuk mendapatkan data yang berkenaan dengan masalah atau obyek yang akan diteliti yang kemudian dirumuskan dan dianalisis yang kemudian dibuat dalam bentuk laporan.

Dengan demikian penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel yang mempengaruhi atau variabel sebab yaitu metode penjualan melalui akad khiyar dan kepuasan konsumen yang ada pada toko H. Minan ini. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan oleh penulis di atas, maka penulis menggunakan berbagai pendekatan penelitian yang bisa menjawab rumusan masalah tersebut.

Metode pertama yang penulis gunakan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu “Bagaimana pelaksanaan strategi penjualan buku terhadap kepuasan konsumen?” Kemudian rumusan masalah yang kedua adalah “Bagaimana pengaruh strategi penjualan buku melalui akad khiyar terhadap kepuasan konsumen?”, maka peneliti menggunakan metode pendekatan eksperimen ini merupakan metode yang sesuai untuk mengkaji permasalahan yang akan diteliti secara mendalam.

## C. Temuan Data dan Diskusi

### 1. Penjualan dalam akad *khiyar*

Jual-beli itu ada tiga macam:

- a. Jual-beli barang nyata, maksudnya barang tersebut ada (di depan kedua pihak) pembeli dan penjual maka hukumnya boleh. Dengan syarat sebagai berikut:
  - 1) Barang yang dijual termasuk barang yang suci.
  - 2) Barang yang bermanfaat.
  - 3) Barang yang bisa diserahkan-trimakan dalam proses (akad) jual-beli.

Dalam akad jual-beli harus ada ijab-qabul. Maksudnya pihak penjual atau atas namanya (dengan rela melepas barangnya, misalnya dengan ucapan) aku menjual barang ini kepadamu dan aku menukarkannya dengan uang atau barang lain.

<sup>1</sup> Narbuko Cholid dan Achmadi, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: Bumi Kasaraja, 2004), 1.

- b. Menjual sesuatu barang yang bersifat perjanjian (tanggungan) ini disebut salam.
- c. Menjual barang yang tidak nyata (ghoib-tiada) tidak dapat dilihat mata pihak pembeli maupun penjual, maka jual beli seperti ini tidak boleh.<sup>2</sup>

Kemudian, jual-beli itu kadang terjadi pada sesuatu yang berada dalam tanggungan, seperti pesanan, dan kadang terjadi pada suatu yang tidak dapat disaksikan.

Bila terjadi suatu akad jual-beli terhadap suatu benda yang dapat dilihat dengan menggunakan suatu ungkapan yang mencakup keduanya, maka akad dianggap sah. Tapi bila tidak seimbang maka tidak sah.

## 2. Rukun dan pelaksanaan jual-beli.

Dalam menetapkan jual-beli, di antara ulama terjadi perbedaan pendapat. Menurut ulama hanafiyah, rukun jual-beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara rida, baik dengan ucapan maupun perbuatan.<sup>3</sup>

Adapun rukun jual-beli menurut kesepakatan ulama ada empat yaitu:

- a. *Bai'* (penjual).
- b. *Mustari* (pembeli).
- c. *Shiqhat*, yaitu (ijab dan kabul).
- d. *Ma'qud alaih*, yaitu (benda atau barang).

Syarat jual-beli dalam jual-beli terdapat empat macam syarat, yaitu syarat terjadinya akad, syarat sahnya akad, syarat terlaksanakannya akad dan syarat keharusan (*lujum*)

Secara umum tujuan adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari pertentangan diantara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual-beli *qharar* (terdapat unsur penipuan) dan lain-lain. Jika jual-beli tidak memenuhi syarat terjadinya akad, akad tersebut batal. Jika tidak memenuhi syarat sah, menurut ulama hanafiyah, akad tersebut fasid atau rusak. Jika tidak memenuhi syarat *nafadz* (tangguh), akad tersebut *mauquf* yang cenderung boleh, bahkan menurut ulama malikiyah, cenderung kepada kebolehan.<sup>4</sup>

Bila ijab dan kabul itu tidak diucapkan, tetapi cukup dengan saling memberi sebagaimana kebiasaan saat ini, yaitu pembeli memberikan uang kepada penjual dan penjual memberikan barang yang seharga dengan yang dikatakan pembeli. Jual-beli tersebut sah.

Dalil yang disyariatkan jual-beli adalah al quran, hadis, dan ijmak ulama. Allah SWT berfirman:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... (البقرة: 275)<sup>5</sup>

Yang artinya: dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (*Al-Baqarah: 275*)<sup>5</sup>.

Hal yang sudah menggejala adalah biasanya orang tua menyuruh anak kecil untuk membeli kebutuhan. Masalah seperti ini sudah biasa terjadi karena sebagai akibat dari keterpaksaan. Maka pantas kiranya jika menyuruh anak kecil untuk membeli itu disamakan dengan model saling memberi, apabila hukum sudah berjalan bersamaan dengan kebiasaan. Pada pokoknya, saling rela adalah tujuan utama dalam jual beli.

Dua orang yang melakukan akad berhak melakukan *khiyar* sebelum mereka berpisah. Mereka juga berhak mensyaratkan *khiyar* tersebut sampai tiga hari.

*Khiyar* seperti yang dijelaskan syekh abu suja' ada dua macam yaitu *khiyar majlis* dan *khiyar syarat*. *Khiyar majlis* berlaku sampai pada jual-beli seperti menukarkan uang, menjual makanan dengan makanan, pesan pemesanan, penguasaan, perseroan, dan denda ganti rugi, karena

<sup>2</sup> Syamsuddin Abu Abdillah, *Terjemah Fathul Qorib*, (Surabaya : Tim Cm Grafika, 2010), 166

<sup>3</sup>Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001) 75

<sup>4</sup>Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, 76

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya*, (Surabaya: Fajar Mulya 2012), 47

penjual dan pembeli berhak melakukan *khayar* selama belum berpisah atau salah satunya berkata kepada yang lain, pilihlah!

3. Macam-macam *khayar* adalah:

- a. *Khayar majlis* ialah hak pelaku transaksi untuk menentukan pilihan terbaik antara melangsungkan atau mengurungkan transaksi ketika kedua pihak masih berada di majlis akad. *Khayar* ini bersifat otoritatif (bebas), dalam arti eksistensinya dalam sebuah transaksi komersial telah dilegitimasi (hak) syariat yang tidak bisa dinafikan, sehingga menafikan *khayar* majlis dari akad komersial, akan berkonsekwensi membatalkan akad itu sendiri.<sup>6</sup>
- b. *Khayar syarat* yaitu hak pelaku transaksi untuk menentukan pilihan terbaik antara melangsungkan dan mengurungkan transaksi atas dasar kesepakatan waktu tertentu. Secara substansial, fungsi *khayar* syarat merupakan perpanjangan waktu dari hak opsional dalam *khayar majlis*.<sup>7</sup>
- c. *Kiyar 'aib* yakni hak opsional antara melangsungkan atau mengurungkan transaksi ketika komoditi didapati kondisi yang tidak diharapkan dari sebuah ikatan kontrak yang tidak sesuai karena akibat aksi manipulatif.<sup>8</sup>

*Khayar* juga bisa terputus akibat pemilihan, seperti jika mereka berkata, kami memilih meneruskan jual-beli, melewati atau menetapkannya, atau yang menyerupainya. Dan jika salah satunya berkata, saya memilih meneruskan akad atau melewatinya, maka *khayar* terputus kecuali yang satu menetapkannya.

Definisi *khayar* adalah hak opsional pelaku transaksi untuk menentukan pilihan terbaik antara melanjutkan atau mengurungkan sebuah transaksi. Jadi pelaku transaksi yang menentukan dan memilih yang terbaik antara ingin melanjutkan atau mengurungkan transaksi tersebut. Implikasi (keterlibatan) diadakannya sebuah transaksi pada dasarnya adalah final dan mengikat. Sebab tujuan transaksi adalah proses mengambil alih hak milik dan hak tasaruf (mengembalikan) dimana keduanya merupakan konsekuensi logis dari akad yang *luzum*. Arti *luzum* adalah sebuah telaah pindah menjadi milik pihak orang lain, dan salah satu pelaku transaksi tidak memiliki hak untuk menggagalkan transaksi tersebut tanpa persetujuan pihak lain, sebagaimana transaksi tidak bisa berlangsung tanpa persetujuan dua belah pihak.<sup>9</sup>

Keberhasilan suatu akad tergantung kedua belah pihak ingin melanjutkannya atau membatalkannya. Akad *khayar* yang termasuk akad jual-beli perlu dipahami sedemikian rupa agar tercipta keseimbangan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi. *Akad khayar* merupakan suatu akad yang dilakukan oleh pelaku akad. Dalam prakteknya istilah *khayar* dalam penjualan adalah sebagai bentuk kelonggaran kepada pelaku transaksi, berupa kewenangan.

Jadi hikmah dari legislasi *khayar* adalah untuk memberikan kesempatan kepada pelaku transaksi membuat pertimbangan secara matang sebelum kamu agar transaksi bisa diadakan atas dasar yang benar-benar tulus, tanpa unsur-unsur yang mengecewakan atau merugikan.<sup>10</sup>

4. Tumbuh dan berkembangnya toko buku H. Minan

<sup>6</sup> Mudaimullah Azza, *Metodologi Fiqih Muamalah*, Cet 1, (Kediri: Lirboyo Press, 2013), 64

<sup>7</sup> *Ibid.*, 69

<sup>8</sup> *Ibid.*, 76

<sup>9</sup> Mudaimullah Azza, *Metodologi Fiqih Muamalah*, 62

<sup>10</sup> Mudaimullah Azza, *Metodologi Fiqih Muamalah*, 63

Toko buku H. Minan berdiri ini mulai dari sebuah keprihatinan terhadap perekonomian dan keprihatinan terhadap masyarakat umum dalam menghadapi perkembangan zaman ini. Pada tahun 1978 H. Minan ini mendirikan toko buku kecil-kecilan di pasar Babat untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan berfikir membuka toko buku ini adalah juga untuk memenuhi kebutuhan para pelajar dalam menuntut ilmu. Toko ini berdiri mulai dari modal yang sangat kecil modal pertama adalah seratus rupiah dan penghasilan rata-rata per harinya adalah lima ribu rupiah seiring perkembangan zaman toko ini semakin berkembang sangat baik dan konsumen juga meningkat toko ini juga mendapat respon yang sangat baik dari kalangan masyarakat sehingga toko ini berkembang menjadi sangat baik. Toko ini didirikan bertujuan sebagai sarana pembelian buku-buku dan kitab untuk masyarakat dan konsumen yang membutuhkan agar ilmu pengetahuan bisa berkembang dengan sangat baik, toko ini lahir dari pemikiran inisiatif bapak H. Minan dan kemudian dirintis dan didirikan karena latar belakang beliau yang ingin berjualan buku-buku ilmu pengetahuan dan kitab-kitab untuk santri-santri pondok pesantren agar ilmu pengetahuan berkembang dengan baik.

Pada tahun 1995 H. Minan ini membeli toko kembali sehingga jumlah keseluruhan toko ini menjadi tiga. Mulai tahun ini toko ini berkembang dengan sangat pesat dan penghasilan semakin meningkat sebelum mempunyai toko tiga ini toko buku tersebut dijaga sendiri oleh H. Minan sendiri tanpa bantuan orang lain dan pada akhirnya mempunyai toko tiga ini beliau dibantu oleh anak-anaknya pekerjaan itu terus berjalan sampai pada akhirnya pada tahun 2004 beliau sudah tua dan jatuh sakit sehingga usaha ini digantikan oleh anaknya yang bernama bapak Kholili, bapak Mukhtasib, bapak Muhammad dan bapak abdur rozak yang semuanya ber tempat tinggal sama dengan H. Minan ini tepatnya di daerah Waru Kulon Pucuk Lamongan. Awalnya toko ini baru mempunyai pelanggan yang sedikit dan keterbatasan buku kemudian lambat laun banyak orang yang mengetahui keberadaan toko ini sehingga banyak konsumen yang berdatangan dan langsung membeli banyak untuk dijual kembali dan kadang-kadang juga untuk dipakai sendiri dan banyak pondok-pondok yang membeli di toko ini untuk dijual sendiri dan untuk santri-santri pondok pesantren.

Toko ini membeli buku-buku dan kitab langsung dari Surabaya dan terkadang beliau juga memesan buku kemudian dipaketkan dari Surabaya ke toko beliau ini konsumen juga dapat memesan buku-buku bacaan yang diinginkan sehingga konsumen merasa senang berlangganan dan berbelanja di toko ini beliau membeli dari Surabaya dan dijual kembali banyak konsumen yang mengetahui dan membeli sehingga penghasilan semakin meningkat seperti sekarang ini kalau penjualan semakin meningkat dan banyak konsumen yang berdatangan penghasilan rata-rata sehari dapat mencapai Rp. 5000.000,-. Sampai Rp. 10.000,000,-. Kemudian kalau penjualan buku menurun pendapatan sehari bisa memperoleh Rp. 1000.000,-. Sampai Rp. 2000.000,-. Per harinya

#### 5. Pengelola-pengelola toko H. Minan

Tugas pengelola atau pengurus adalah untuk menata atau melayani konsumen dengan baik sehingga konsumen merasa senang dan banyak yang berdatangan untuk membeli di toko tersebut, pengurus juga menerima dan menghitung hasil pembayaran dari konsumen dan mencatat hasil transaksi pada hari tersebut kemudian menyetorkan uang hasil transaksi dari konsumen kepada pemilik toko, pencatatan hasil transaksi bertujuan agar keuangan toko ini tertata dengan baik

#### 6. Produk yang dijual

Toko buku H. Minan ini adalah usaha yang bergerak dibidang penjualan buku-buku ilmu pengetahuan dan kitab-kitab khususnya untuk kalangan pelajar dan masyarakat umum dan toko ini menawarkan buku-buku yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan ilmu agama.

Produk yang dijual di toko buku ini adalah buku-buku bacaan untuk para pelajar anak-anak sekolah sampai orang dewasa, kitab-kitab yang nilai harga jualnya sangat tinggi sampai berkisar

ratusan sampai jutaan, buku-buku tersebut dibeli dari Surabaya kemudian dijual kembali, buku-buku dan kitab-kitab ini dijual dengan harga mulai yang sangat murah hingga harga yang termahal ada di toko ini sehingga konsumen bisa memilih buku-buku atau kitab yang diinginkan. Buku-buku dan kitab yang dijual antara lain adalah:

- a. Buku-buku pelajar.
- b. Buku-buku bacaan.
- c. Kamus bahasa Arab.
- d. Kitab ihya' ulumuddin
- e. Majmuk syarif
- f. Terjemah ihya' ulumuddin.
- g. Al Quran dan terjemah.
- h. Tafsir al Quran.
- i. Fiqih muamalah.
- j. Kifayatul akhyar.

Buku-buku bacaan ini biasanya dibeli pelajar dan santri di pondok pesantren yang digunakan untuk buku-buku pelajaran sekolah dan kitab-kitab untuk digunakan santri di pondok sehingga pelajar dan santri membeli di toko ini karena tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh mereka. Usaha ini merupakan usaha beliau untuk melengkapi kebutuhan masyarakat atau konsumen yang membutuhkan, usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari toko buku H. Minan ini sebagai pendukung dan sarana kegiatan belajar. Toko H. Minan ini mempunyai tujuan untuk memajukan perekonomian keluarga dan ingin melengkapi kebutuhan masyarakat atau pelajar dalam mencari ilmu pengetahuan agar pelajar dalam menyerap ilmu pengetahuan semakin baik, hal ini diwujudkan dengan menyediakan buku-buku bacaan dan kitab-kitab agama di toko beliau ini.

Semangat pengurus atau pengelola toko ini dalam melayani konsumen dengan baik membuat konsumen merasa tidak dirugikan dalam melakukan pembelian di toko ini karena mendapat pelayanan yang telah diinginkan sehingga toko ini semakin berkembang menjadi baik dan mempunyai banyak pelanggan yang selalu berdatangan untuk membeli sehingga penghasilan rata-rata perharinya mencapai jutaan rupiah bahkan mencapai puluhan juta

7. Hasil Penelitian

Penelitian yang berjudul Pengaruh Strategi Penjualan Buku Melalui Akad Khiyar Terhadap Kepuasan Konsumen dan pada bagian ini akan dijelaskan disini, peneliti mengambil sampel sebesar 10% dari jumlah populasi yang ada yakni sebesar 50 orang.

**Tabel 4. 1**

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

NO.	Usia	Jumlah	Prosentase
1.	16-25 tahun	10	20%
2.	26-35 tahun	25	50%
3.	Diatas 36 tahun	15	30%
Total		50	100%

Sumber : data primer diolah 2016.

Dari tabel 4. 1 diatas dapat diketahui bahwa sebagian responden dalam penelitian ini adalah yang berusia 26-35 tahun yaitu sebanyak 25 orang atau 50%, dan kemudian sebagian responden dengan usia diatas 36 tahun sebanyak 15 orang atau 30%, dan sisanya sebanyak 10 orang responden berusia 16-25 tahun atau 20%.

- b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4. 2**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Usia	Jumlah	Prosentase
1.	Laki-laki	31	62%
2.	Perempuan	19	38%
Total		50	100%

Sumber : data primer diolah 2016.

Dari tabel 4. 2 dapat dilihat bahwa sebagian responden dalam penelitian ini adalah mereka yang berjenis kelamin laki-laki adalah 31 orang atau 63%, kemudian sebagian responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang atau 38%.

- c. Presepsi Responden

Dari jawaban setiap item pernyataan dari angket pengukuran skala dapat berupa kata-kata yaitu:

- 1) Sangat puas skor 5
- 2) Puas skor 4
- 3) Cukup puas skor 3
- 4) Kurang puas skor 2
- 5) Sangat tidak puas skor 1

Berdasarkan dari penyebaran angket kepada responden dapat diketahui sebagai berikut:

- d. Presepsi tentang penjualan melalui akad *kehiyar*

- 1) Tentang pelayanan yang telah diberikan

**Tabel 4. 3**

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	25	50%
4	Puas	12	24%
3	Cukup puas	10	20%
2	Kurang puas	2	4%
1	Sangat tidak puas	1	2%
Jumlah		50	100%

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4. 3 dapat diketahui dari keseluruhan jawaban responden tentang pelayanan yang diberikan di toko tersebut dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 25 responden atau 50%, puas sebesar 12 responden atau 24%, kemudian cukup puas sebesar 10 responden atau 20% dan kurang puas sebesar 2 responden atau 4%, dan sangat tidak puas sebesar 1 responden atau 2%, jadi jumlah keseluruhan responden adalah 50 responden.

- e. Dengan menggunakan *kehiyar* karyawan mampu membuat konsumen puas dan selalu menjadi pelanggan.

**Tabel 4.4**

Tentang membuat konsumen puas dan selalu menjadi pelanggan.

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	22	44%
4	Puas	20	40%
3	Cukup puas	5	10%
2	Kurang puas	1	2%
1	Sangat tidak puas	2	4%
Jumlah		50	100%

*Sumber : lampiran*

Berdasarkan tabel 4. 4 dapat dilihat bahwa keseluruhan jawaban responden tentang membuat konsumen menjadi puas dan selalu menjadi pelanggan dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 22 responden atau 44%, kemudian puas sebesar 20 responden atau 40%, dan cukup puas sebesar 5 responden atau 10% kemudian kurang puas sebesar 1 responden atau 2%, dan sangat tidak puas sebesar 2 responden atau 4%, jadi jumlah keseluruhan responden sebesar 50 responden.

- f. Tentang komunikasi antara penjual dan pembeli

**Tabel 4. 5**

Tentang komunikasi antara penjual dan pembeli

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	29	58%
4	Puas	10	20%
3	Cukup puas	4	8%
2	Kurang puas	3	6%
1	Sangat tidak puas	4	8%
Jumlah		50	100%

*Sumber : lampiran*

Berdasarkan tabel 4. 5 dapat diketahui jawaban responden tentang komunikasi antara penjual dan pembeli dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 29 responden atau 58%, kemudian puas sebesar 10 responden atau 20% dan cukup puas sebesar 4 responden atau 8% dan kurang puas sebesar 3 responden atau 6% dan sangat tidak puas sebesar 4 responden atau 8%, jadi jumlah keseluruhan responden sebesar 50 responden.

- g. Tentang sarana dan prasarana

**Tabel 4. 6**

Tentang sarana dan prasarana

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	23	46%
4	Puas	20	40%
3	Cukup puas	2	4%
2	Kurang puas	3	6%
1	Sangat tidak puas	2	4%

Jumlah	50	100%
--------	----	------

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4. 6 dapat diketahui bahwa sarana dan prasarana dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 23 responden atau 46% dan puas sebesar 20 responden atau 40%, kemudian cukup puas sebesar 2 responden atau 4%, dan kurang puas sebesar 3 responden atau 6%, dan sangat tidak puas sebesar 2 responden atau sebesar 4%, jadi jumlah seluruh responden adalah 50 orang.

- b. Tentang penjualan melalui akad *khfiyar*

**Tabel 4. 7**

Tentang penjualan melalui akad *khfiyar*

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	30	60%
4	Puas	9	18%
3	Cukup puas	5	10%
2	Kurang puas	4	8%
1	Sangat tidak puas	2	4%
Jumlah		50	100%

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4. 7 dapat dilihat bahwa tentang penjualan melalui akad *khfiyar* dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 30 responden atau 60%, dan puas sebesar 9 responden atau 18%, kemudian cukup puas sebesar 5 responden atau 10%, dan kurang puas sebesar 4 atau 8% responden dan sangat tidak puas sebesar 2 responden atau 4%, jadi jumlah keseluruhan sebesar 50 responden.

- i. Presepsi tentang kepuasan konsumen  
 1) Tentang kepuasan konsumen

**Tabel 4. 8**

Tentang kepuasan konsumen

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	31	62%
4	Puas	10	20%
3	Cukup puas	5	10%
2	Kurang puas	2	4%
1	Sangat tidak puas	2	4%
Jumlah		50	100%

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4. 8 dapat dilihat bahwa tentang kepuasan konsumen dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 31 responden atau 62%, kemudian puas sebesar 10 responden atau 20%, dan cukup puas sebesar 5 responden atau 10%, kemudian kurang puas sebesar 2 responden atau 4%, dan sangat kurang puas sebesar 2 atau 4%, jadi jumlah keseluruhan responden adalah 50.

- 2) Tentang produk dan jasa yang diberikan

**Tabel 4.9**

Tentang produk dan jasa yang diberikan

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	21	42%
4	Puas	120	20%
3	Cukup puas	6	12%
2	Kurang puas	10	20%
1	Sangat tidak puas	3	6%
Jumlah		50	100%

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4. 9 dapat dilihat bahwa tentang produk dan jasa yang diberikan dapat terpenuhi dengan jawaban responden sangat puas sebesar 21 responden atau sebesar 42%, kemudian puas sebesar 10 responden atau 20%, kemudian cukup puas sebesar 6 responden atau 12%, dan kurang puas sebesar 10 responden atau 20%, dan sangat tidak puas sebesar 3 responden atau 6%, jadi jumlah keseluruhan responden adalah 50 orang.

3) Tentang penilaian dan keramahan yang diberikan

**Tabel 4. 10**

Tentang penilaian dan keramahan yang diberikan

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	20	40%
4	Puas	10	20%
3	Cukup puas	6	12%
2	Kurang puas	10	20%
1	Sangat tidak puas	4	8%
Jumlah		50	100%

Sumber : lampiran

Berdasarkan lampiran 4. 10 diatas dapat dilihat bahwa dari keseluruhan jawaban responden tentang penilaian dan keramahan yang diberikan dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 20 responden atau 40%, kemudian puas sebesar 10 responden atau 20%, dan cukup puas sebesar 6 responden atau 12%, kemudian kurang puas sebesar 10 responden atau 20%, dan sangat tidak puas sebesar 4 responden atau 8%, jadi jumlah keseluruhan responden sebesar 50 orang.

4) Tentang fasilitas yang diberikan

**Tabel 4. 11**

Tentang fasilitas yang diberikan

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	23	46%
4	Puas	10	20%
3	Cukup puas	11	22%
2	Kurang puas	5	10%
1	Sangat tidak puas	1	2%

Jumlah	50	100%
--------	----	------

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4. 11 diatas tentang fasilitas yang diberikan dan keseluruhan jawaban responden dapat terpenuhi dengan jawaban sangat puas sebesar 23 responden atau 46%, kemudian puas sebesar 10 responden atau 20%, kemudian cukup puas sebesar 11 responden atau 22%, kemudian kurang puas sebesar 5 responden atau 10%, dan sangat tidak puas sebesar 1 atau 2%, jadi jumlah keseluruhan seluruh responden adalah 50 orang.

5) Tentang ketanggapan penjual secara cepat dan tepat

**Tabel 4. 12**

Tentang ketanggapan penjual secara cepat dan tepat

Skor	Presepsi Responden	Frkuensi	Prosentase
5	Sangat puas	36	72%
4	Puas	6	12%
3	Cukup puas	2	4%
2	Kurang puas	4	8%
1	Sangat tidak puas	2	4%
Jumlah		50	100%

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4. 12 diatas dapat dilihat bahwa tentang ketanggapan penjual secara cepat dan tepat dapat terpenuhi dengan jawaban sangat tepat sebesar 36 responden atau 72 %, kemudian puas sebesar 6 responden atau 12%, dan cukup puas sebesar 2 responden atau 4%, kemudian kurang puas sebesar 4 responden atau 8%, dan sangat tidak puas sebesar 2 responden atau 4%, jadi jumlah keseluruhan responden adalah sebesar 50 orang

**Hasil Analisis Uji Validitas untuk 50 Responden**

**Tabel 4. 13**

NO	Responden	(X)					Total X	(Y)					Total Y
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	Arifin	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
2	Zaenul	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
3	Agus	1	1	5	5	1	13	1	5	1	1	1	9
4	Safii	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	5	25
5	Aini	5	5	5	1	5	21	5	5	1	1	5	17
6	Farih	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
7	Fatimah	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	23
8	Rinto	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
9	Nafik	4	4	4	3	4	19	4	4	4	1	4	17
10	Muhammad	4	4	4	1	4	17	4	4	1	1	4	14
11	Fatkhur	4	4	4	1	4	17	4	4	3	1	4	16
12	Fatoni	4	4	1	1	4	14	4	4	4	1	4	17
13	Rizki	5	5	5	3	5	23	5	5	3	5	5	23
14	Ikhsan	4	4	1	3	4	16	4	1	4	1	4	14
15	Ali toha	4	4	5	1	4	18	4	4	4	5	4	21

16	Khamim	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	3	21
17	Azmi	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	3	21
18	Ulul	5	5	3	1	5	19	3	5	5	1	3	17
19	Abdullah	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
20	Ifin	4	4	4	1	4	17	4	4	4	1	4	17
21	Ibas	4	4	5	1	4	18	5	5	5	5	5	25
22	Edi	4	4	5	1	4	18	4	5	4	1	4	18
23	Chambali	5	5	4	3	5	22	5	3	4	5	5	22
24	Ayas	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
25	Nasrullah	5	5	4	1	5	20	5	5	5	1	5	21
26	Mukhlas	4	4	3	1	4	16	4	4	3	1	4	16
27	Hanafi	4	4	3	4	4	19	5	5	5	4	5	24
28	Fuadhah	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24
29	Rudi	4	4	4	1	4	17	5	5	4	1	5	20
30	Fatihin	5	5	5	1	5	21	5	5	5	2	5	22
31	Fahrudin	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
32	Imam	1	1	1	1	1	5	1	3	1	1	1	7
33	Irfan	1	1	1	1	1	5	4	1	3	1	4	13
34	Salma	1	1	1	1	1	5	1	4	1	1	1	8
35	Kahfi	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
36	Kholili	1	1	1	1	4	8	1	1	4	1	1	8
37	Nuril	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	4	17
38	Rahmat	5	5	4	3	5	22	5	5	3	4	5	22
39	Iwan	5	5	1	4	5	20	5	5	4	1	5	20
40	Ghofur	5	4	3	5	5	22	4	4	5	5	4	22
41	Rudin	4	4	3	1	4	16	4	4	4	3	4	19
42	Tomy	4	4	4	1	4	17	4	4	4	1	4	17
43	Aliya	4	4	4	5	4	21	4	3	4	1	4	16
44	Muklis	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	4	21
45	Fidha	5	5	1	3	5	19	3	5	3	3	3	17
46	Rozak	5	5	5	1	5	21	3	5	5	1	3	17
47	Firman	1	1	1	1	1	5	1	1	1	4	1	8
48	Faqih	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	4	11
49	Asfina	1	1	1	1	3	7	1	1	1	3	1	7
50	Mahmudi	1	1	1	3	1	7	1	4	3	1	1	10
JM							818						836
L													

Setelah uji statistik diperoleh hasil korelasi antara item pertanyaan X dan item pertanyaan Y terhadap total skor, diperoleh nilai korelasi  $r$  masing-masing untuk pertanyaan X 0,922 dan Y 0,892.

Pengujian tingkat signifikan dengan cara membandingkan hasil  $r$  hitung dengan  $r$  tabel:  $r$  tabel dengan taraf signifikan 95% dan  $N = 50$  sebesar 0,922 sedangkan taraf signifikan 99% dan  $N = 50$  adalah sebesar 0,892.

Ketentuan :

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dianggap signifikan.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dianggap tidak signifikan.

Dari pengamatan diatas maka kedua item X dan Y yang dianalisis ternyata kedua item tersebut signifikan dan dianggap cukup valid atau sangat memuaskan.

**a. Hasil Uji Validitas ( Correlations X )**

**Tabel 4. 14**

**Correlations**

		X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL X
X1	Pearson Correlation	1	.996**	.704**	.401**	.946**	.953**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.996**	1	.711**	.383**	.942**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.704**	.711**	1	.374**	.656**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	.401**	.383**	.374**	1	.378**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.004	.006	.007		.007	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.946**	.942**	.656**	.378**	1	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL X	Pearson Correlation	.953**	.949**	.816**	.600**	.922**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**b. Uji Validitas ( Correlations Y )**

**Tabel 4. 15**

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.565**	.653**	.374**	1.000**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.565**	1	.564**	.277	.565**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.052	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.653**	.564**	1	.448**	.653**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.374**	.277	.448**	1	.374**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.007	.052	.001		.007	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	1.000**	.565**	.653**	.374**	1	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL Y	Pearson Correlation	.892**	.737**	.829**	.642**	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh semua item pernyataan menunjukkan hasil  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel, dengan demikian seluruh item tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 1. Hasil Uji Reliabilitas

Uji *reliabilitas* adalah cara untuk menguji sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Alat ukur mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

Metode yang dipakai adalah pengukuran sekali saja. Kriteria penerimaan reliabilitas dengan uji statistik. *Cronbach Alpha (a)*

- a. Tentang penjualan melalui akad *kebjyar* (X)

**Tabel 4. 16**  
**Uji Reliabilitas**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	50	100.0

1) Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4. 17**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. dilihat bersama-sama bahwa nilai *Cronbach Alpha* hitung adalah 0,816 > 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel diatas mempunyai nilai ketetapan yang (reliabel).

**Tabel 4. 18**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	29.16	144.749	.940	.765
X2	29.18	145.171	.936	.766
X3	29.50	149.724	.768	.783
X4	30.36	159.990	.516	.812
X5	29.04	147.713	.902	.773
TOTAL X	16.36	45.909	1.000	.901

Pengujian validitas dengan melihat pada *Corrected Item-Total Corelation* yang merupakan skor total item (nilai r hitung) dibandingkan dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel atau r hitung > nilai r tabel, maka item tersebut adalah valid. Keputusannya dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 4. 19**

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
	X 1	0,940	2,009	Valid
	X 2	0,936	2,009	Valid

Penjualan Melalui akad <i>Khiyar</i> .	X 3	0,768	2,009	Valid
	X 4	0,516	2,009	Valid
	X 5	0,902	2,009	Valid

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh semua item pernyataan menunjukkan hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dengan demikian seluruh item tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Tentang kepuasan konsumen (Y)

**Tabel 4. 20**  
**Uji Reliabilitas**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	50	100.0

1) Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4. 21**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	6

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60. Dilihat bersama-sama bahwa nilai *Cronbach Alpha* hitung adalah 0,804  $>$  0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel diatas mempunyai nilai ketetapan yang (reliabel).

**Tabel 4. 22**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	29.88	120.965	.862	.757
Y2	29.74	126.686	.673	.779
Y3	30.02	122.836	.784	.765
Y4	30.96	127.345	.547	.789
Y5	29.88	120.965	.862	.757
TOTAL Y	16.72	37.920	1.000	.852

Pengujian validitas dengan melihat pada *Corrected Item-Total Correlation* yang merupakan skor total item (nilai r hitung) dibandingkan dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel atau  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka item tersebut adalah valid. Keputusannya dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 4. 23**

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen.	Y 1	0,862	2,009	Valid
	Y 2	0,673	2,009	Valid
	Y 3	0,784	2,009	Valid
	Y 4	0,547	2,009	Valid
	Y 5	0,862	2,009	Valid

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh semua item pernyataan menunjukkan hasil r hitung  $> r \text{ tabel}$ , dengan demikian seluruh item tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

**2. Analisis Model dan Hasil Penelitian**

**a. Analisis Regresi Sederhana**

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 4. 24**  
**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
1) Kepuasan konsumen	16.7200	6.15792	50
2) pengaruh akad <i>khayar</i> .	16.36	6.776	50

Variabel Y Memiliki Rata-Rata 16,7200 Stadart Deviasi 6,15792 dan Jumlah Sampel (N) = 50 Dan Variabel X memiliki rata-rata 16,36 Standart Deviasi 6,776 dan jumlah sampel 50.

**Tabel 4. 25**  
**Correlations**

	Y	X
Pearson Correlation	Y 1.000	.907
	X .907	1.000
Sig. (1-tailed)	Y .	.000
	X .000	.
N	Y 50	50
	X 50	50

Dari hasil korelasi  $r$  antara kepuasan konsumen dan penjualan melalui akad *khayar* adalah sebesar 0,907 banyaknya  $N= 50$ , ini menunjukkan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah kuat sekali.

**Tabel 4. 26**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 <sup>a</sup>	.822	.819	2.62199

- 1) Predictors: (Constant), Pengaruh Akad *Khayar*
- 2) Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,822 yang berarti bahwa sumbangan tentang pengaruh strategi penjualan buku melalui akad *khayar* terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 0,822 selebihnya dipengaruhi oleh faktor yang lain.

Tabel *Summary Output* menunjukkan kekuatan hubungan antara model (variabel bebas dengan variabel terikat). Dalam perhitungannya menunjukkan semua variabel bebas memiliki kekuatan hubungan antara variabel terikat, makna dari besarnya adalah:

- a.  $R$  adalah suatu ukuran untuk mengukur tingkat keeratan hubungan linier antara variabel terikat dengan seluruh variabel bebas secara bersama-sama. Nilai  $R$  adalah 0,907 bernilai positif menunjukkan hubungan yang kuat.
- b. *R Square* ( $R^2$ ) juga sering disebut dengan koefisien determinasi, adalah mengukur kebaikan kesesuaian dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau presentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Dan nilai  $R^2$  sebesar 0,822 sehingga kecocokan model dikatakan lebih baik.
- c. *Adjusted R Square* adalah suatu sifat penting  $R^2$  adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. *Adjusted R Square* sebesar 0,819 berarti 0,819 sudah disesuaikan dari banyaknya variabel (derajat bebas) dalam model.

**Tabel 4. 27**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1528.088	1	1528.088	222.273	.000a
	Residual	329.992	48	6.875		
	Total	1858.080	49			

- a. Predictors: (Constant), Pengaruh Akad *Khayar*
- b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai  $f$  sebesar 222,273 dengan tingkat signifikan 0,000 yang menandakan ada pengaruh antara penjualan melalui akad *khayar* dengan kepuasan konsumen. Dan yang dipakai untuk analisis regresi sederhana adalah uji  $t$ .

### 3. Hasil persamaan regresi

- a. Histogram

Gambar histogram hasil out put SPSS versi 16.

Gambar histogram ada pada lampiran.

b. Normal *probability plot*

Merupakan tingkat penyebarabn data-data yang mendekati linier.

Gambar normal *probability* ada pada lampiran.

c. *Scatterplots*

Bagian ini mengemukakan hasil yang akan membantu untuk melihat bagaimana penyebaran data. Dalam rangka untuk memprediksi nilai regresi antara penjualan melalui akad *kebiyar* dengan kepuasan konsumen.

Gambar *Scatterplot* ada pada lampiran.

**Tabel 4. 28**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.236	.977		3.311	.002
	Pengaruh akad <i>kebiyar</i>	.824	.055	.907	14.909	.000

4. **Dependent Variable: Kepuasan Konsumen**

Dari hasil diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,236 + 0,824 X$$

Dari hasil 3,236 adalah nilai konstanta (a) yang berarti bahwa jika tidak ada mengenai penjualan melalui akad *kebiyar* maka kepuasan konsumen akan mencapai 3,236. Nilai 0,824 X merupakan koefisien regresi yang berarti bahwa setiap adanya upaya penambahan sebesar 1,- untuk penjualan melalui akad *kebiyar* akan mengakibatkan kenaikan tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,824.

a. **Hasil Uji T**

**Tabel 4. 29**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.236	.977		3.311	.002
	Pengaruh akad <i>kebiyar</i>	.824	.055	.907	14.909	.000

5. **Dependent Variable: Kepuasan konsumen**

Dari tabel model *summary* diatas dapat diketahui hasil korelasi r, dimana antara pengaruh akad *kebiyar* (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 0,907 banyaknya N = 50 dan  $r^2 = 0,82265$  (yaitu  $0,907 \times 0,907$ ) dan dari hasil pengolahan program SPSS versi 16 diperoleh t hitung sebesar 14,909.

Dari perhitungan t hitung 14,909 dan pada taraf signifikan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan (df) n-2 atau  $50-2 = 48$  diperoleh sebesar t tabel = 2,01064 atau t tabel dapat dapat juga diperoleh di Ms Exsel dengan cara pada sel kosong dengan cara ketik =

$t_{inv}(0,05;48)$ , maka berdasarkan kriteri pengujian :  $t$  hitung  $14.909 > t$  tabel  $2,01064$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dari kriteria diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara penjualan melalui akad *khiyar* dengan kepuasan konsumen.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh Strategi Penjualan Buku Melalui Akad Khiyar Terhadap Kepuasan Konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil penelitian ini, bahwa di toko buku H. Minan ini selalu memberi pelayanan yang baik kepada konsumennya dengan cara memberikan waktu untuk memilih-milih barang yang diinginkan dan toko buku H. Minan ini sangat mengedepankan pelayanan yang baik dan maksimal agar konsumen merasa senang berbelanja di toko ini.

Dari hasil penelitian ini, bahwa cukup besar Pengaruh Strategi Penjualan Buku Melalui Akad Khiyar Terhadap Kepuasan Konsumen di toko H. Minan Babat Lamongan. Karena berdasarkan analisis regresi sederhana  $Y = 3,236 + 0,824 X$ . Nilai  $4,06$  adalah nilai konstanta ( $a$ ). Nilai  $0,824$  merupakan koefisien regresi yang berarti bahwa setiap adanya penambahan sebesar  $1,-$  untuk penjualan buku melalui akad khiyar akan mengakibatkan kenaikan tingkat kepuasan konsumen sebesar  $0,824$  adapun nilai koefisien determinasi adalah sebesar  $0,822$ , hal ini menunjukkan bahwa penjualan buku melalui akad khiyar mempunyai sumbangan pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen di toko H. Minan Babat Lamongan

#### E. Daftar Kepustakaan

- Abu, Abdillah, Syamsuddin, Terjemah Fathul Qarib, Surabaya:Tim CM Grafika, 2010
- Adlharoh, Rini, Korelasi Antara Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Surya Raharja Unit Campurejo, Skripsi, Lamongan, 2012
- Arikunto, Suharsimi, Posedur Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta, 2013
- Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Azza, Mudaimullah, Metode Fiqih Muamalah, Kediri: Lirboyo Press, 2013
- Cholid, Narbuko dan Achmadi, Metodologi Penelitian, Jakarta: Bumi Kasaraja, 2004
- Departemen Agama RI, Al-Quran Dan Terjemahnya, Surabaya: Fajar Mulya, 2012
- F. Engel, James dan D. Blackwell, Roger dan W. Miniard, Paul, Perilaku Konsumen, Tangerang: Binarupa Aksara Publisher
- Moh, Amin, Nashiruddin, Diktat Fiqih Muamalah I, Lamongan: 2013
- Muhammad, Amrullah, Aulia, <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/17/12/2015/> Pengertian-Jenis-dan jenis kepuasan konsumen.
- Muhammadiyah, <http://webmuhammadiyah.blogspot.com,15/11/> 2015, Pengertian-Penjualan-Jenis-Penjualan
- Poerwadarminta, W. J. S., Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2007
- Sugeng, <http://www.kajianpustaka.com/17/12/2013/Pengertian-Faktor-Pengukuran-Kepuasan-Konsumen>
- Sugiono, Dendi, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Jakarta: Gramedia pustaka Utama, 2008

Imro'atul Magfiroh, Abdullah Zawawi

Syafei, Rachmat, Fiqih Muamalah, Bandung: Pustaka Setia, 2001

Wibowo, Sukarno dan Supriadi, Dedi, Ekonomi Mikro Islam, Bandung: Pustaka Setia, 2013.