

**PENGARUH KESESUAIAN AKAD JUAL BELI DAN
TRANSPARANSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PEMBELIAN MAHASISWA UMSU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

CUT ZAHARA SALIDIA SABRINA

NPM : 2201280037



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2026

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, yang telah mengantarkan saya hingga ke titik ini. Semoga ilmu yang telah saya peroleh dapat bermanfaat bagi banyak orang. Aamiin.

Karya ilmiah ini saya persembahkan dengan penuh cinta kepada kedua orang tua saya, dua orang yang selalu mengusahakan agar anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Kepada ayah, terima kasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras agar saya bisa sampai di tahap ini, dan terima kasih telah bertanggung jawab penuh untuk keluarga.

Kepada ibu, terima kasih atas semua motivasi dan doa yang selalu mendampingi setiap langkah saya, dan terima kasih atas kasih sayang dan kesabaran tanpa batas yang tak lekang oleh waktu. Terakhir, terima kasih atas segala hal yang telah kalian usahakan dan tak terhitung jumlahnya

Motto:

***Allah SWT. tidak membebani
seseorang melainkan sesuai
dengan kesanggupannya.***

Q.S Al-Baqarah:286

**PENGARUH KESESUAIAN AKAD JUAL BELI DAN
TRANSPARANSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PEMBELIAN MAHASISWA UMSU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Bisnis
Syariah*

Oleh:

Cut Zahara Salidia Sabrina
NPM: 2201280037

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing


Mutiah Khaira Sihombing, S.E.I., M.A

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, April 2026

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Cut Zahara Salidia Sabrina** yang berjudul "**Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihombing, S.E.I., M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

1 NIM Terakreditasi 4 Berdompas Kepuasan Rada Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1558/BAN-PT/Akred-PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 1 Medan 20238 Telp: (061) 46224567 - 4631003
<http://fas@umsu.ac.id> fas@umsu.ac.id [umsamedan](https://www.facebook.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.instagram.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.youtube.com/umsamedan)

Sila kunjungi kami di agar dapatkan
 nomor dan tanggapan



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I
 Dosen Pembimbing : Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., M.A

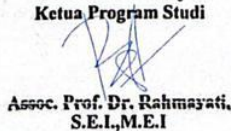
Nama Mahasiswa : Cut Zahara Salidia Sabrina
 Npm : 2261250637
 Semester : VIII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Keesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
27/4 wkb.	Tabel 4.4. - Tabel jangan terputus. - Sama tabel 1 Spasi - Setiap kata asing harus cetak miring - Gambar scatterplot pd uji telerus	F.	
28/4 wkb.	- Judul Gambar letakkan di bawah gambar. - Kata Pembahasan, Interpretasi hasil penelitian dan baik. - Terdapat beberapa uji yg masih keliru.	F.	

Medan, 2026

Diketahui/Disetujui
 Dekan

 Assoc. Prof. Dr. Zailani,
 S.E.I., M.E.I.

Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

 Assoc. Prof. Dr. Rahmayati,
 S.E.I., M.E.I

Pembimbing Skripsi

 Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I.,
 M.A



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi & Mendapatkan Keunggulan Rangka Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Sa. PUSK. BAN. PT. Akred. PT. III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20218 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I
Dosen Pembimbing : Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., M.A

Nama Mahasiswa : Cut Zahara Salidia Sabrina
Npm : 2201280037
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
8/4-26.	Interpretasikan hasil penelitian dgn bahasa yg ekabah & akademis		
9/4-26.	Revisi Bab 1 & 2		

Medan, 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Zulfahri
S.Pd.I., MA

Diketahui/Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati,
S.E.I., M.E.I

Pembimbing Skripsi

Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I.,
M.A

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

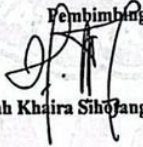


Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Cut Zahara Salidia Sabrina
NPM : 2201280037
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan
Transparansi Harga terhadap Kepuasan
Pembelian Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 2026

Bimbingan


Mutiah Khaira Sihorang, S.E.I., M.A

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**


Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I


Assoc. Prof. Dr. Zulfahri, S.H., M.A





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 85/SK.BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Hasyri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : Cut Zahara Salidia Sabrina
NPM : 2201280037
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 2026

Pembimbing

Mutiah Khairi Siloteng, S.E.I., M.A

DISETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I

Dean,



Assoc. Prof. Dr. Zulfani, S.Pd.I., MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Cut Zahara Salidia Sabrina
NPM : 2201280037
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 17/04/2026
Waktu : 09.00 s.d selesai

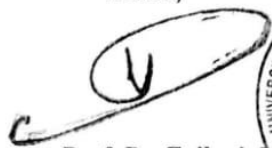
TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Mutia Khaira Sihotang, S.E.I., MA
PENGUJI I : Dr. Nur Rahmah Amini, M.Ag
PENGUJI II : Dr. Rasta Kurniawaty Br Pinem, MA



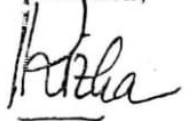
PANITIA PENGUJI

Ketua,


Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA



Sekretaris,


Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha

ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...أ...أ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي...ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnahal-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

ABSTRAK

Cut Zahara Salidia Sabrina, 2201280037, 2026, Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa UMSU

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas transaksi, khususnya dalam menciptakan kepuasan konsumen melalui akad yang sesuai dan keterbukaan informasi harga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMSU, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji statistik, meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kesesuaian akad jual beli berpengaruh terhadap kepuasan pembelian, dan transparansi harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pembelian. Secara simultan, kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian mahasiswa UMSU. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan akad yang sesuai dengan prinsip syariah serta semakin tinggi transparansi harga, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pembelian yang dirasakan oleh mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini memberikan implikasi bahwa pelaku usaha perlu memperhatikan kesesuaian akad dan transparansi harga dalam setiap transaksi guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Kesesuaian Akad, Transparansi Harga, Kepuasan Pembelian, Ekonomi Syariah*

ABSTRACT

Cut Zahara Salidia Sabrina, 2201280037, 2026, The Effect of Contract Conformity in Sale and Purchase Transactions and Price Transparency on the Purchasing Satisfaction of Students at Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

This study aims to analyze the effect of the conformity of sale and purchase contracts and price transparency on purchasing satisfaction among students of Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). The background of this research is based on the importance of implementing Islamic principles in transaction activities, particularly in creating customer satisfaction through proper contracts and transparent pricing. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study consists of UMSU students, with the sampling technique using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using statistical tests, including validity, reliability, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results show that partially, the conformity of sale and purchase contracts has an effect on purchasing satisfaction, and price transparency also has an effect on purchasing satisfaction. Simultaneously, both variables significantly influence the purchasing satisfaction of UMSU students. This indicates that the better the implementation of contracts in accordance with Islamic principles and the higher the level of price transparency, the higher the level of purchasing satisfaction perceived by students. Therefore, this study implies that business actors need to pay attention to contract conformity and price transparency in every transaction in order to improve customer satisfaction.

Keywords: *Contract Conformity, Price Transparency, Purchasing Satisfaction, Islamic Economics*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa UMSU”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesesuaian akad jual beli serta transparansi harga terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, karena dengan karunia dan kehendak-Nya telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Teuku Faisal Iskandar dan Ibu Delly Chairina. Terima kasih atas segala doa, dukungan, semangat dan usahanya yang tidak pernah berhenti, sehingga penulis bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik. Semoga perjuangan saya ini dapat membanggakan Ayah dan Mama saya.
3. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I., M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I., M.A selaku Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., M.A selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, arahan, masukan serta kesabaran yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi.
9. Adik perempuan penulis, Cut Aulia Safira. Terima kasih selalu memberikan dukungan kepada penulis. Dan selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non akademik, serta berusaha menjadi panutannya di masa yang akan datang.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan penulis Tantri Arum, Siti Afifah Salsabila, Ananda Putri Ariyani, dan Siti Zahra Amelia Putri Nasution. Terima kasih selalu memberikan dukungan dan motivasi sejak semester 1 perkuliahan hingga akhirnya bisa lulus bersama-sama. Terima kasih telah menjadi rumah berkumpul yang hangat, kompak dan menyenangkan. Meskipun setelah ini akan menjalani kehidupan masing-masing yang berbeda, kesibukan yang berbeda, semoga kedepannya selalu bahagia. Bersama “Five Avengers” selamanya.
11. Sahabat-sahabat penulis di masa sekolah Annisa Oktavira, Anita Meilinda, Maziah Azzahroh, dan Sheren Najwa Elvarica. Terima kasih selalu menemani dan selalu ada di samping penulis dalam keadaan sedih dan senang. Terima kasih selalu memberikan semangat, dukungan, dan tawa di setiap proses yang dilalui. Semoga kita bisa terus bersama sampai tua nanti.

12. Hindia, Perunggu, Nadin Amizah, Sal Priadi, For Revenge. Terima kasih telah meminjamkan suaranya melalui lagu-lagu yang menemani sunyinya malam-malam penyusunan skripsi ini.
13. Teman seangkatan dan seluruh pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih sudah memberikan dukungan dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi.
14. Dan yang terakhir, kepada diri penulis sendiri. Terima kasih “Lala” tetap memilih untuk bertahan dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih sudah selalu kuat dan tidak menyerah, meskipun tidak yakin. Sulit bisa bertahan sampai titik ini, terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering putus asa atas apa yang sedang di usahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

WalaikumsalamWr. Wb.

Medan, 2026
Penulis

CUT ZAHARA SALIDIA SABRINA

NPM : 2201280037

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Pustaka	8
B. Kajian Peneliti Terdahulu	16
C. Kerangka Peneltian	19
D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan Penelitian	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
C. Populasi dan Sampel	23
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	24
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Instrumen Penelitian	27
G. Uji Prasyarat	28
H. Teknik Analisis Data	30
BAB IV METODE PENELITIAN	33
A. Hasil Penelitian	33
B. Deskripsi Karakteristik Responden	37
C. Hasil Penelitian	43
D. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Tabel Waktu Penelitian	22
Tabel 3. 2 Peneliti Terdahulu	25
Tabel 3. 3 Skala Likert	26
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Fakultas	37
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Angkatan	38
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Kesesuaian Akad Jual Beli	38
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Transparansi Harga	39
Tabel 4. 7 Uji Validitas Transparansi Harga.....	40
Tabel 4. 8 Uji Validitas Kesesuaian Akad jual Beli (X1)	41
Tabel 4. 9 Uji Validitas Transparansi Harga (X2)	42
Tabel 4. 10 Uji Validitas Kepuasan Pembelian (Y).....	42
Tabel 4. 11 Uji Reabilitas Kesesuaian Akad jual Beli (X1)	43
Tabel 4. 12 Uji Reabilitas Transparansi Harga (X2).....	43
Tabel 4. 13 Uji Reabilitas Kepuasan Pembelian (Y)	44
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	44
Tabel 4. 15 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 16 Uji Statistik Deskriptif	47
Tabel 4. 17 Uji Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4. 18 Uji Parsial (Uji t).....	49
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji f)	51
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi dengan R Square (R ²).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	19
Gambar 4. 1 Logo Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	34
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas <i>Scatterplot</i>	46

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan aktivitas jual beli di lingkungan kampus dan ekosistem digital menunjukkan fenomena yang semakin kompleks dalam perilaku konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa tidak hanya melakukan transaksi secara konvensional di tempat fisik, tetapi juga melalui marketplace dan platform digital. Dalam konteks transaksi jual beli, kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga menjadi dua aspek fundamental yang menentukan kualitas transaksi serta persepsi konsumen terhadap keadilan dan keterbukaan informasi. Kesesuaian akad mencerminkan pelaksanaan prinsip kontraktual yang sah dan sesuai ketentuan hukum maupun etika bisnis, sedangkan transparansi harga menunjukkan bahwa informasi harga yang diberikan kepada pembeli adalah jelas, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara moral maupun legal.

Aspek harga telah dibuktikan dalam berbagai studi sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maupun keputusan pembelian. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Talita Fahriza Maulidiyah, 2023) menemukan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian produk fashion pada aplikasi Shopee oleh mahasiswa, menunjukkan bahwa persepsi harga yang jelas dan adil menjadi salah satu determinan utama dalam kepuasan pembelian mahasiswa. Selain itu, Studi oleh (Abaitunnisa, 2024) juga menunjukkan bahwa harga memiliki peran signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa, yang kemudian berdampak pada tingkat kepuasan konsumen di konteks e-commerce.

Tidak hanya harga sebagai angka moneteri semata, tetapi kualitas informasi transaksi termasuk keterbukaan harga dan akurasi informasi juga memiliki pengaruh penting. Penelitian oleh (Kulsum & Sidiq, 2025) mengungkap bahwa variabel harga dan kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap

keputusan pembelian dalam konteks marketplace Shopee, yang mencerminkan pentingnya transparansi informasi dalam proses transaksi online.

Selain itu, kajian tentang perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli online yang dipublikasikan di *Indonesia Economic Journal* memperkuat pentingnya aspek legal dan keterbukaan dalam transaksi fasilitas digital. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang jelas dan perlindungan pada perjanjian jual beli online merupakan elemen penting dalam mencegah praktik yang merugikan konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi kepuasan pembelian (Ramadhana & Prasetyo, 2025). Terlepas dari temuan-temuan tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan.

Sebagian besar studi terdahulu lebih banyak memfokuskan pada hubungan antara persepsi harga dan kepuasan atau keputusan pembelian secara umum, tanpa secara eksplisit mengaitkan kesesuaian akad jual beli sebagai variabel independen yang berdiri sendiri. Padahal akad jual beli merupakan komponen mendasar yang menjamin legitimasi suatu transaksi. Sebagai contoh, penelitian mengenai keabsahan akad jual beli dalam konteks e-commerce dari perspektif hukum Islam menekankan bahwa keberlakuan akad yang sesuai syariat sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap praktik jual beli online (Badaru, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa masih diperlukan studi empiris yang menggabungkan kesesuaian akad serta transparansi harga secara simultan, terutama dalam konteks kepuasan pembelian mahasiswa.

Urgensi penelitian ini pun semakin penting ketika dipandang dari sudut kebutuhan akademik dan konteks sosial. Mahasiswa sebagai konsumen merupakan kelompok yang sangat aktif dalam berbagai bentuk transaksi, baik secara langsung maupun digital. Kepuasan pembelian mahasiswa mencerminkan sejauh mana praktik jual beli yang dilakukan memenuhi harapan dan standar etika serta hukum khususnya terkait keterbukaan informasi dan perlindungan konsumen. Penelitian ini akan memberikan kontribusi empiris untuk mengetahui dampak kesesuaian akad dan transparansi harga dalam meningkatkan kepuasan pembelian mahasiswa.

Lebih jauh lagi, penelitian ini berupaya mengisi gap ilmiah dan memberikan wawasan praktis bagi pelaku usaha di lingkungan kampus Universitas

Muhammadiyah Sumatera Utara. Dengan fokus pada mahasiswa UMSU sebagai populasi studi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha kampus dalam menerapkan akad yang sah dan transparansi harga yang kuat sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen mahasiswa. Oleh karena itu, judul “Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa UMSU” dipilih untuk menjawab kebutuhan kajian empiris yang komprehensif di konteks lokal pendidikan tinggi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dalam penelitian ini dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Praktik transaksi jual beli yang dilakukan mahasiswa UMSU belum sepenuhnya mencerminkan kesesuaian akad jual beli yang jelas dan sah, baik dari segi kesepakatan, kejelasan objek, maupun harga yang disepakati.
2. Transparansi harga dalam transaksi jual beli yang dilakukan mahasiswa masih belum optimal, sehingga berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian antara informasi harga yang diterima dengan harga yang dibayarkan.
3. Variasi tingkat kepuasan pembelian mahasiswa UMSU diduga dipengaruhi oleh kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga yang diterapkan dalam proses transaksi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kesesuaian akad jual beli berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
2. Apakah transparansi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?

3. Apakah kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian akad jual beli secara parsial terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh transparansi harga secara parsial terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga secara simultan terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan praktik transaksi jual beli yang adil dan transparan. Temuan penelitian ini berpotensi memperkaya literatur mengenai pengaruh kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga terhadap kepuasan pembelian konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa. **Manfaat Praktis**

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis dalam menambah pemahaman dan wawasan mengenai pentingnya kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga dalam memengaruhi kepuasan pembelian

konsumen. Selain itu, penelitian ini juga membantu penulis mengembangkan kemampuan dalam melakukan analisis data, berpikir kritis, serta menyusun karya ilmiah secara sistematis sebagai bekal akademik dan profesional di masa mendatang.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa sebagai konsumen agar lebih memahami pentingnya kejelasan akad jual beli dan keterbukaan informasi harga dalam setiap transaksi. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa untuk bersikap lebih selektif, rasional, dan kritis dalam melakukan pembelian, sehingga kepuasan pembelian yang diperoleh sesuai dengan harapan dan prinsip keadilan dalam bertransaksi.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan gambaran empiris bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mengenai perilaku konsumsi dan kepuasan pembelian mahasiswa. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan, edukasi, serta kegiatan akademik dan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan praktik transaksi yang transparan, adil, dan beretika di lingkungan kampus.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal skripsi mengikuti urutan yang terstruktur dan jelas, adapun yang menjadi sistematika penulisan dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan dilakukannya penelitian serta arah yang ingin dicapai.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teoritis kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metode penelitian pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji prasyarat, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi institusi yang diteliti, deskripsi karakteristik responden, hasil penelitian yang diteliti dan pembahasan penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan penelitian dari hasil wawancara yang telah dilakukan, saran dan rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Kesesuaian Akad Jual Beli

a. Pengertian Kesesuaian Akad Jual Beli

Akad, yang dalam bahasa Arab disebut aqad, bermakna ikatan atau janji (ahdun). Menurut Wahbah al-Zuhaili, akad merupakan hubungan antara dua hal, baik yang bersifat nyata maupun maknawi, yang dapat terbentuk dari satu sisi maupun dua sisi. Sementara itu, para ulama hukum Islam mendefinisikan akad sebagai suatu ikatan atau perjanjian. Ulama dari mazhab Syafi'iyah, Malikiyah, dan Hanabilah memaknai akad sebagai bentuk perikatan atau kesepakatan. Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa akad mencakup setiap bentuk perikatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang berkaitan dengan kegiatan seperti perdagangan, wakaf, hibah, perkawinan, dan pembebasan (Romli, 2021).

Menurut kajian fiqh muamalah, akad jual beli merupakan perjanjian yang sah dan mengikat antara penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran barang atau jasa dengan harga yang disepakati secara sukarela serta memenuhi ketentuan hukum. Akad ini melibatkan unsur penjual, pembeli, objek transaksi, dan ijab-qabul, yang dilakukan tanpa paksaan maupun ketidakjelasan (Arianto, 2025).

Pada masa lalu, ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar, kegiatan jual beli dilakukan secara sederhana melalui sistem barter antarbarang. Namun seiring perkembangan zaman dan ditetapkannya uang sebagai alat pembayaran, transaksi jual beli kemudian beralih menggunakan mata uang sebagai alat tukar yang sah (Zailani, 2020). Transaksi yang diperbolehkan dalam Islam adalah transaksi yang dilakukan secara jelas dan nyata, di mana objek yang diperjualbelikan dapat diketahui dan terlihat secara fisik dalam proses jual beli. (Siregar,

2024). Akad memiliki peran yang sangat fundamental dalam operasional lembaga keuangan syariah karena menjadi dasar hukum dan landasan utama dalam setiap transaksi yang dilakukan (Riyan Pradesyah, 2024). Dengan demikian, akad jual beli tidak sekadar merupakan proses pertukaran barang dan uang, tetapi mencerminkan kesepakatan yang dilakukan secara sadar dan sukarela serta memenuhi rukun dan syarat sesuai dengan hukum Islam. Apabila unsur-unsur tersebut tidak terpenuhi, maka akad jual beli dinyatakan tidak sah menurut prinsip muamalah dalam ekonomi Islam.

Akad jual beli secara umum merupakan perjanjian sah antara penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran barang atau jasa dengan harga yang disepakati sesuai ketentuan hukum. Dalam perspektif fiqh muamalah, akad ini harus dilakukan secara jelas dan sukarela serta terbebas dari unsur paksaan, gharar, dan penipuan agar transaksi dinyatakan sah dan adil bagi kedua pihak (Adi et al., 2021)

Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam menjelaskan bahwa kegiatan ekonomi yang dilakukan secara halal dan berlandaskan kejujuran termasuk mata pencaharian yang paling baik. Hal ini sebagaimana diriwayatkan dalam sebuah hadis, ketika beliau ditanya tentang pekerjaan yang paling utama, Rasulullah SAW bersabda:

قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ
مَبْرُورٍ

Artinya: Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi).” (HR. Ahmad, Ath Thobroni, dan Al Hakim. Syaikh Al Albani mengatakan bahwa hadits ini shahih).

Hadis tersebut menjelaskan bahwa Islam sangat menekankan pentingnya mencari nafkah melalui cara yang halal, jujur, dan

bermartabat. Rasulullah menyebutkan dua bentuk mata pencaharian terbaik, yaitu bekerja dengan usaha sendiri dan melakukan jual beli yang mabrur (diberkahi). Bekerja dengan tangan sendiri menunjukkan nilai kemandirian, tanggung jawab, dan usaha yang dilakukan secara halal tanpa bergantung pada cara-cara yang batil. Sementara itu, jual beli yang mabrur bermakna transaksi yang dilakukan secara jujur, adil, transparan, serta bebas dari unsur penipuan, riba, gharar, dan kezhaliman.

QS. An-Nisa ayat 29, Allah SWT berfirman, sebagai berikut:

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

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (An- nisa:29).

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah melarang orang-orang beriman memakan atau mengambil harta sesama dengan cara yang batil, seperti melalui penipuan, riba, korupsi, atau bentuk kecurangan lainnya, dan hanya membolehkan transaksi yang dilakukan melalui perniagaan atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan maupun penipuan. Ayat ini menegaskan pentingnya kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam setiap akad atau kegiatan muamalah agar tidak merugikan salah satu pihak. Selain itu, Allah juga melarang perbuatan yang membahayakan atau menghilangkan nyawa, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain, karena semua ketentuan tersebut merupakan bentuk kasih sayang Allah kepada manusia untuk menjaga harta, jiwa, dan keharmonisan kehidupan bermasyarakat.

b. Indikator Kesesuaian Akad Jual Beli

Indikator Kesesuaian Akad Jual Beli dalam penelitian ini menggunakan indikator (Lifia, 2023) sebagai berikut:

- 1) Pemenuhan Rukun dan Syarat Akad : Kesesuaian akad jual beli ditunjukkan melalui terpenuhinya rukun dan syarat akad, yaitu adanya penjual dan pembeli yang cakap hukum, objek jual beli yang halal, serta ijab dan qabul yang dilakukan secara jelas dan sukarela. Pemenuhan rukun dan syarat ini menjadi dasar keabsahan akad menurut fiqh muamalah.
- 2) Kejelasan Objek Jual Beli : Akad jual beli dikatakan sesuai apabila objek transaksi dijelaskan secara jelas terkait jenis, kualitas, dan kuantitasnya sehingga tidak menimbulkan unsur ketidakpastian (gharar). Kejelasan objek merupakan syarat penting agar transaksi berjalan adil dan tidak merugikan salah satu pihak.
- 3) Keterbukaan dan Kejujuran dalam Akad : Kesesuaian akad tercermin dari keterbukaan informasi yang disampaikan oleh penjual kepada pembeli, termasuk kondisi barang dan ketentuan transaksi. Prinsip kejujuran dan transparansi ini menjadi landasan utama dalam praktik jual beli yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Ketiga indikator kesesuaian akad jual beli memiliki keterkaitan yang erat, di mana terpenuhinya rukun dan syarat akad, kejelasan terhadap objek yang diperjualbelikan, serta sikap terbuka dan jujur dalam pelaksanaan akad menjadi dasar terciptanya transaksi yang sah dan adil sesuai dengan prinsip syariah. Pelaksanaan akad yang sesuai ketentuan mampu menumbuhkan rasa aman serta kepercayaan konsumen karena transaksi berlangsung tanpa adanya unsur ketidakpastian atau penipuan. Oleh sebab itu, penerapan akad jual beli yang tepat tidak hanya memastikan keabsahan transaksi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dalam kegiatan pembelian.

2. Transparansi Harga

a. Pengertian Transparansi Harga

Transparansi harga merujuk pada keterbukaan dan kejelasan dalam penyampaian informasi mengenai biaya, margin keuntungan, serta komponen pembentuk harga akhir yang harus dibayarkan oleh konsumen. Transparansi merupakan prinsip utama yang mencerminkan nilai kejujuran dan amanah dalam Islam. (Husnah et al., 2025). Prinsip ini berkaitan dengan larangan gharar, karena ketidakjelasan harga atau biaya dapat menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi. Penerapan larangan gharar penting untuk menjaga keadilan dan transparansi, termasuk dalam akad modern seperti jual beli digital dan layanan keuangan syariah (Kilawati et al., 2024).

Transparansi harga adalah kondisi ketika penjual menyampaikan informasi harga barang atau jasa secara jelas, terbuka, dan mudah dipahami oleh konsumen, termasuk komponen-komponen pembentuk harga tersebut. Dengan adanya kejelasan ini, konsumen dapat menilai kewajaran harga sebelum memutuskan untuk membeli. Transparansi harga adalah penyampaian informasi harga secara terbuka dan jelas kepada konsumen tanpa adanya biaya tersembunyi (Evan Jaelani, 2025). Hal ini sejalan dengan temuan empiris yang menunjukkan bahwa transparansi harga memengaruhi persepsi keadilan harga serta berkorelasi langsung dengan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Keterbukaan informasi harga membuat konsumen menilai harga sebagai total biaya yang wajar, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap penjual atau platform (Susanto & Johendra, 2024).

Dalam perspektif pemasaran syariah dan perilaku konsumen, transparansi harga dipandang sebagai prinsip etika bisnis yang penting untuk menciptakan hubungan yang adil, seimbang, dan saling percaya

antara pelaku usaha dan konsumen. Penerapan transparansi harga yang baik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta mengurangi keraguan dalam pengambilan keputusan pembelian, karena konsumen merasa memperoleh informasi yang lengkap dan jujur sebelum terjadinya transaksi (Arfah, 2025).

QS. An-Nahl ayat 105, Allah SWT berfirman, sebagai berikut:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكٰذِبُونَ

Artinya: “Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah pembohong.” (Qs. An-Nahl: 105)

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa perbuatan mengada-adakan kebohongan merupakan sifat yang tidak disukai Allah, bahkan pelakunya digolongkan sebagai orang yang tidak beriman. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan mengenai produk harus bersifat benar dan akurat.

b. Indikator Transparansi Harga

Indikator Keputusan Pembelian dalam penelitian ini menggunakan indikator (Sahabuddin et al., 2024) sebagai berikut:

- 1) Kejelasan Penyampaian Harga : Tingkat kejelasan dan kelengkapan informasi harga barang atau jasa yang disampaikan kepada konsumen secara mudah dipahami tanpa ambiguitas, termasuk harga dasar serta komponen tambahan seperti biaya dan pajak.
- 2) Kemudahan Akses Informasi Harga : Tingkat kemudahan bagi konsumen dalam menemukan, membaca, dan memahami informasi harga pada platform digital tanpa perlu melakukan pencarian yang rumit atau membuka banyak halaman.
- 3) Kejujuran Informasi Promosi dan Diskon : Tingkat kejujuran penjual dalam menyampaikan informasi promosi, diskon, atau

cashback secara jelas, tidak menyesatkan, serta tanpa syarat tersembunyi, sehingga konsumen memahami ketentuan promo dan harga akhir yang harus dibayar.

3. Kepuasan Pembelian

a. Pengertian Kepuasan Pembelian

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja berada di bawah harapan, pelanggan merasa tidak puas; jika sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas; dan jika melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang (Sasongko, 2021).

Sejalan dengan hal tersebut, kepuasan pembelian juga dipahami sebagai kondisi emosional berupa perasaan senang atau tidak senang yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan sebelumnya. Kepuasan akan tercapai apabila kinerja produk sesuai atau melebihi harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan muncul ketika kinerja produk berada di bawah harapan.

Lebih lanjut, tingkat kepuasan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan perilaku konsumen. Kepuasan yang dirasakan dapat mendorong keinginan untuk melakukan pembelian ulang, membangun loyalitas, serta meningkatkan kesediaan konsumen dalam memberikan rekomendasi kepada pihak lain (Gultom et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan evaluasi terhadap produk atau jasa, tetapi juga berdampak pada hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan.

Menurut (Zaini, 2022) kepuasan pembelian adalah keadaan emosional yang muncul sebagai respons atas perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan konsumen sebelumnya. Kepuasan terjadi ketika kinerja produk memenuhi atau melampaui harapan,

sedangkan ketidakpuasan muncul apabila kinerja tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan. Tingkat kepuasan pelanggan ini berperan penting dalam membentuk perilaku konsumen, seperti kecenderungan melakukan pembelian ulang, membangun loyalitas, serta memberikan rekomendasi kepada pihak lain.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pembelian

Menurut (Sasongko, 2021) faktor yang merupakan pendorong kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas produk : Pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas produk yang baik.
2. Harga yang murah :Bagi pelanggan yang sensitif adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan Value Of Money yang tinggi. Sebaliknya pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, mengenai hal tersebut tidak penting bagi mereka.
3. Kualitas pelayanan : Kualitas pelayanan sangat tergantung 3 hal yaitu teknologi, sistem, dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.
4. Faktor emosional : Pelanggan akan merasa bangga,puas dan percaya diri karena adanya nilai emosional yang diberikan pada brand produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan : Pelanggan akan semakin puas apabila realtif murah, mudah, efisien, dan nyaman dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

c. Indikator Kepuasan Pembelian

Indikator Kepuasan Pembelian dalam penelitian ini menggunakan indikator (Hendrik, 2024) sebagai berikut:

- 1) Kepuasan terhadap Kinerja Produk/Jasa : Tingkat penilaian konsumen terhadap kinerja produk atau layanan yang dibeli

dibandingkan dengan harapan mereka. Jika produk/jasa sesuai atau melebihi ekspektasi, maka tingkat kepuasan akan meningkat.

- 2) Kepuasan Terhadap Persepsi Harga : Tingkat penilaian konsumen terhadap harga yang dibayarkan, termasuk apakah mereka merasa harga yang dibayar sesuai dengan nilai manfaat yang diperoleh dari produk/jasa.
- 3) Kepuasan Secara Keseluruhan : Evaluasi umum konsumen terhadap pengalaman pembelian secara menyeluruh — mencerminkan apakah konsumen secara keseluruhan merasa puas atau tidak dengan transaksi yang dilakukan.

B. Kajian Peneliti Terdahulu

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. Kajian riset terdahulu berisikan Sebagian hasil riset yang sudah diteliti orang lain dalam wujud Skripsi, Jurnal, maupun karya tulis ilmiah lainnya yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang sedang diteliti. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Laila & Hasan, 2024)	Pengaruh Kesesuaian Akad Murabahah terhadap Kepuasan Nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah	Metode Kuantitatif	Kesesuaian akad jual beli, kepuasan nasabah	Kesesuaian akad murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena transaksi dinilai adil dan sesuai

					prinsip syariah.
2	(Mela Arum Agustina, 2024)	Pengaruh Transparansi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Digital	Metode Kuantitatif	Transparansi harga, kepuasan konsumen	Transparansi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan dalam bertransaksi.
3	(Zakri & Pamulang, 2024)	Pengaruh Penerapan Prinsip Jual Beli Syariah terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Halal	Metode Kuantitatif asosiatif	Prinsip jual beli syariah, kepuasan konsumen	Prinsip jual beli syariah yang diterapkan secara baik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM halal.
4	(Lubis, 2024)	Pengaruh Etika Bisnis Syariah terhadap Kepuasan Konsumen Muslim	Metode Kuantitatif	Etika bisnis syariah, transparansi harga, kepuasan konsumen	Transparansi harga dan kejujuran akad secara simultan berpengaruh signifikan

					terhadap kepuasan konsumen Muslim.
5	(Ramadani et al., 2026)	Pengaruh Transparansi dan Keadilan Harga terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen E-Commerce	Metode Kuantitatif	Transparansi harga, keadilan harga, kepuasan pembelian	Transparansi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian serta menurunkan persepsi ketidakadilan harga. Transparansi harga dan kejujuran akad secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Muslim.

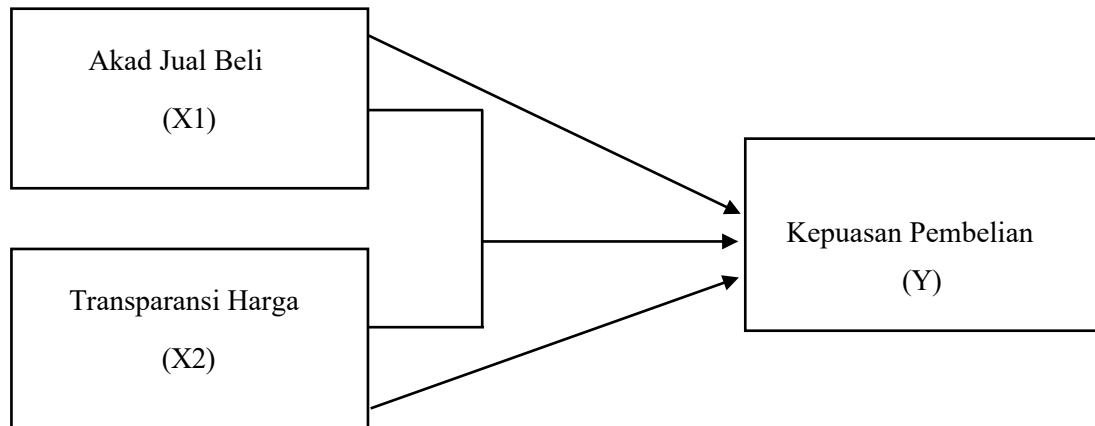
Penelitian berjudul **“Pengaruh Kesesuaian Akad Murabahah terhadap Kepuasan Nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah”**, **“Pengaruh Transparansi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Digital”**, serta **“Pengaruh Penerapan Prinsip Jual Beli Syariah terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Halal”** memiliki relevansi yang kuat dengan

penelitian ini karena sama-sama mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen melalui penerapan prinsip syariah dan transparansi dalam transaksi jual beli. Ketiga penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel yang berkaitan dengan perilaku konsumen atau nasabah dalam proses pembelian maupun transaksi berbasis syariah.

Kesamaan utama penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus variabel kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga sebagai determinan kepuasan konsumen atau nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian akad murabahah yang dijalankan sesuai prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena menciptakan rasa keadilan dan kepercayaan dalam transaksi. Selanjutnya, penelitian mengenai transparansi harga juga membuktikan bahwa keterbukaan informasi harga mampu meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengurangi ketidakpastian dan persepsi ketidakadilan. Sementara itu, penerapan prinsip jual beli syariah secara konsisten dalam UMKM halal terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian-penelitian terdahulu tersebut memperkuat asumsi bahwa kesesuaian akad dan transparansi harga memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pembelian, sehingga relevan sebagai dasar teoritis bagi penelitian ini.

C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan dari uraian dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan susunan sistematis yang menggambarkan alur pemikiran dan tahapan yang ditempuh peneliti dalam melaksanakan penelitian ilmiah. Kerangka ini dapat diibaratkan sebagai peta konsep yang memuat langkah-langkah yang harus dilakukan peneliti dalam menyelesaikan suatu penelitian (Syahputri et al., 2023).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya perlu diuji melalui penelitian. Berdasarkan berbagai definisi para ahli, dapat disimpulkan bahwa hipotesis memuat beberapa komponen penting, yaitu dugaan sementara, hubungan antarvariabel, serta proses pengujian kebenaran (Yam & Taufik, 2021). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- 1) H_{o1} : Akad Jual Beli tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pembelian mahasiswa UMSU.
 H_{a1} : Akad Jual Beli berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pembelian mahasiswa UMSU.
- 2) H_{o2} : Transparansi Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pembelian mahasiswa UMSU.

H_{a2} : Transparasi Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pembelian mahasiswa UMSU.

3) H_{o3} : Akad Jual Beli dan Transparasi Harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan mahasiswa UMSU.

H_{a3} : Akad Jual Beli dan Transparasi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan mahasiswa UMSU.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau langkah yang ditempuh dalam pelaksanaan penelitian sebagai upaya ilmiah untuk memahami objek yang diteliti. Metode ini disusun secara sistematis dan terarah sesuai dengan prosedur kerja ilmiah (Rahmayati, 2019). Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam melalui penafsiran terhadap konteks, pengalaman, dan perspektif individu yang terlibat. Pendekatan ini menitikberatkan pada makna, konstruksi sosial, serta kompleksitas fenomena yang diteliti (A. R. M. S. Jailani, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menguji hubungan antarvariabel melalui penggunaan teknik analisis statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengukur serta menganalisis data secara objektif guna menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.

Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang sistematis, terukur, dan terstruktur mengenai hubungan antara kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga terhadap kepuasan pembelian mahasiswa UMSU. Data yang diperoleh dari responden akan diolah menggunakan teknik analisis statistik sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kampus utama Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang terletak di Jalan Kapten Mukhtar Basri, Kel. Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Sumatera Utara.

2. Waktu penelitian

Waktu Penelitian di jadwalkan selama 4 bulan, dimulai dari bulan Desember 2025 s/d Maret 2026 yang mencakup tahap pengumpulan data melalui survei, pengolahan data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian.

3.1 Tabel Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Bulan/Minggu																			
		Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		2025				2025				2026				2026				2026			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul		■																		
2	Penyusunan Proposal			■	■	■	■	■	■												
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■								
4	Seminar Proposal												■								
5	Pengumpulan Data													■	■	■	■	■			
6	Bimbingan Skripsi																	■	■		
7	Sidang Skripsi																			■	

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran dalam suatu penelitian. Populasi dapat berupa individu, objek, peristiwa, atau unsur lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan (M. S. Jailani & Jeka, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berjumlah 22.479 mahasiswa yang pernah melakukan transaksi pembelian dan memiliki pengalaman terkait akad jual beli serta informasi harga.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel digunakan apabila populasi berjumlah besar sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi (Amalia, 2023). Dengan demikian, sampel dapat diartikan sebagai sekelompok individu yang dipilih dari populasi untuk mewakili karakteristik populasi dalam suatu penelitian. Penentuan jumlah sampel ini menggunakan rumus Slovin dengan margin eror 10% dari jumlah populasi 22.479 mahasiswa maka sampel yang diperlukan 99,56 atau 100 mahasiswa, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{22479}{1 + 22479 (0,1)^2}$$
$$n = 99,56$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (margin of error) yang diinginkan

Setelah mendapatkan perhitungan rumus yang telah didapatkan adalah 99,42 maka dibulatkan menjadi 100 orang mahasiswa/responden

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Variabel penelitian merupakan objek atau aspek yang menjadi titik perhatian utama dalam suatu penelitian karena menjadi faktor yang diamati, diukur, dan dianalisis. Variabel digunakan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti serta melihat hubungan atau

pengaruh antarunsur yang terlibat dalam penelitian (Cahyadi, 2022). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

1. Variabel Penelitian

Berikut variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang berfungsi sebagai faktor y terdapat dua variabel independen, yaitu Akad Jual Beli (X1) dan Transparansi Harga (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen, yang juga dikenal sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang berperan sebagai hasil, kriteria, atau konsekuensi dalam suatu penelitian. Variabel ini dipengaruhi oleh keberadaan variabel independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah Kepuasan Pembelian (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel dari suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya. Dari penelitian ini diambil definisi operasionalnya adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas 1 Akad Jual Beli (X1)

Kesesuaian akad jual beli dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian antara praktik transaksi jual beli yang dilakukan dengan ketentuan akad yang telah disepakati serta prinsip-prinsip syariah Islam. Kesesuaian tersebut mencakup kejelasan objek transaksi, kesepakatan harga, kerelaan antara penjual dan pembeli (an-taradin), serta tidak adanya unsur penipuan, gharar, dan riba dalam proses jual beli. Apabila akad jual beli diterapkan secara benar dan sesuai syariah, maka konsumen akan merasa lebih aman dan adil dalam melakukan transaksi.

b. Variabel Bebas 2 Transparansi Harga (X2)

Transparansi harga dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat keterbukaan dan kejelasan informasi harga yang disampaikan penjual kepada konsumen sebelum terjadinya transaksi. Transparansi harga meliputi kejelasan harga produk, rincian biaya tambahan, serta tidak adanya biaya tersembunyi yang dapat merugikan konsumen. Dengan adanya transparansi harga, konsumen dapat menilai kewajaran harga yang ditetapkan sehingga mampu meningkatkan rasa percaya dan mengurangi keraguan dalam pengambilan keputusan pembelian.

c. Variabel Terikat: Kepuasan Pembelian (Y)

Kepuasan pembelian dalam penelitian ini merujuk pada tingkat perasaan senang atau puas yang dirasakan mahasiswa UMSU setelah melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Kepuasan pembelian muncul sebagai hasil dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja atau pengalaman yang dirasakan setelah pembelian. Kepuasan pembelian mahasiswa UMSU dipengaruhi oleh kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga yang diterapkan dalam transaksi. Semakin sesuai akad yang digunakan dan semakin transparan harga yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pembelian yang dirasakan oleh mahasiswa.

Tabel 3. 1 Peneliti Terdahulu

Variabel	Indikator
Akad Jual Beli (X1) (Lifia, 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemenuhan Rukun dan Syarat Akad 2. Kejelasan Objek Jual Beli 3. Keterbukaan dan Kejujuran dalam Akad
Transparansi Harga (X2) (Sahabuddin et al., 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejelasan Penyampaian Harga 2. Kemudahan Akses Informasi Harga 3. Kejujuran Informasi Promosi dan Diskon

Kepuasan Pemebelian (Y) (Hendrik, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan terhadap Kinerja Produk/Jasa 2. Kepuasan Terhadap Persepsi Harga 3. Kepuasan Secara Keseluruhan
--	---

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah untuk mengumpulkan data yang terkait dalam penelitian.

1. Studi Pustaka

Penelitian studi pustaka merupakan metode penelitian yang memanfaatkan dan mengintegrasikan berbagai sumber literatur untuk menyusun konsep atau kerangka pemikiran yang komprehensif berdasarkan gagasan serta temuan penelitian terdahulu (Faiz et al., 2022). Sumber yang digunakan dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel, serta dokumen resmi yang relevan dan mendukung pembahasan variabel penelitian.

2. Kuisisioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data dengan memberikan pernyataan tertulis kepada responden. Metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian (Syarifuddin, 2021).

Tabel 3. 2 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data sekaligus mengukur variabel yang diteliti (Muslih et al., 2022). Instrumen ini berfungsi untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat akurat, relevan, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen umumnya berupa kuesioner, lembar observasi, atau skala pengukuran yang disusun berdasarkan indikator variabel. Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan digunakan untuk melakukan pengukuran secara sistematis sehingga diperoleh data kuantitatif yang sesuai dengan tujuan penelitian.

G. Uji Prasyarat

1. Uji Kualitas Data

a.

U

Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Kuesioner dinyatakan valid apabila setiap butir pertanyaan mampu merepresentasikan variabel yang menjadi fokus pengukuran. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , di mana suatu item dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif. Uji validitas ini dilakukan melalui korelasi bivariate antara skor masing-masing

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat memberikan hasil pengukuran yang stabil apabila digunakan secara berulang. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Adapun kriteria yang digunakan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

- 1) *Cronbach's Alpha* > 0,60, berarti instrumen dinyatakan reliabel atau layak untuk digunakan dalam penelitian.
- 2) *Cronbach's Alpha* < 0,60, berarti instrumen dinyatakan tidak reliabel, sehingga perlu dilakukan perbaikan terhadap item-item pernyataan yang tidak memenuhi standar indikator dengan total skor konstruk.

2. Uji Asumsi Klasik

Persyaratan statistik yang harus dipenuhi apabila analisis regresi linear berganda. Adapun uji asumsi klasik terdiri dari:

- a. U
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Uji normalitas residual penting untuk memastikan bahwa model regresi layak digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang valid.

- b. U
Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Multikolinearitas yang tinggi dapat mengganggu kestabilan koefisien regresi karena variabel bebas saling memengaruhi secara signifikan. Deteksi multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika *Tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

- c. U
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian ini dapat

dilakukan menggunakan metode Glejser atau dengan melihat scatterplot antara nilai prediksi dan residual. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (sig.) pada uji Glejser lebih besar dari 0,05 atau apabila titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 2022 untuk mengolah data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta tanggapan terhadap variabel penelitian, yaitu Kesesuaian Akad Jual Beli (X1), Transparansi Harga (X2), dan Kepuasan Pembelian (Y). Analisis dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, serta distribusi frekuensi pada setiap indikator. Hasil uji deskriptif membantu mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel penelitian.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli (X1) dan Transparansi Harga (X2) terhadap Kepuasan Pembelian (Y). Metode ini dipilih karena jumlah variabel bebas lebih dari satu, sehingga regresi linear sederhana

tidak memadai. Selain itu, regresi linear berganda memungkinkan peneliti untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel bebas secara parsial maupun simultan dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan bagian dari statistika inferensial yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik, sehingga dapat ditentukan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data penelitian yang diperoleh (Gangga Anuraga, 2021). Uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis data. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sebagai berikut:

- a. Uji Parsial t_{test} (Uji t) U

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel serta melihat nilai signifikansi (Sig.). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai Sig. > 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Uji Simultan f_{test} (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini juga bertujuan menilai kelayakan model regresi yang digunakan. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai $Sig. > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Koefisien Determinasi dengan R Square (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dengan nilai yang berada antara 0 hingga 1. Menurut Kuncoro (2019: 240) dalam penelitian (Sehangunaung et al., 2023) koefisien determinasi berganda (R^2) berfungsi untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persentase. Semakin besar persentasenya, semakin besar pula peran variabel independen (X) dalam memengaruhi variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 , semakin kecil kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

BAB IV

METODE PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1.

S

Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Kewajiban untuk mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Semakin tinggi tingkat partisipasi masyarakat dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, maka semakin besar pula peluang bangsa Indonesia dalam mencapai tujuan nasional yang telah ditetapkan.

Dalam konteks tersebut, Muhammadiyah hadir sebagai gerakan tajdid yang berfokus pada upaya pemurnian, pembaharuan, dan modernisasi dalam kehidupan umat Islam. Organisasi ini didirikan pada 18 November 1912 dengan tujuan menegakkan dan menjunjung tinggi ajaran Islam serta mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Salah satu kontribusi nyata Muhammadiyah dalam mewujudkan tujuan tersebut adalah melalui pengembangan amal usaha di bidang pendidikan, mulai dari tingkat prasekolah hingga perguruan tinggi yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

Salah satu perguruan tinggi yang didirikan oleh Muhammadiyah adalah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang berdiri di Medan pada 27 Februari 1957 atas prakarsa para tokoh ulama Muhammadiyah. Pada awal berdirinya, UMSU berasal dari Fakultas Falsafah dan Hukum Islam Muhammadiyah yang kemudian berkembang menjadi Perguruan Tinggi Muhammadiyah Sumatera Utara dengan tiga fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah, dan Fakultas Syariah. Seiring berjalannya waktu, UMSU terus mengalami perkembangan yang signifikan baik dari segi jumlah fakultas maupun program studi.

Saat ini, UMSU telah memiliki delapan fakultas, yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta Fakultas Kedokteran yang didirikan pada tahun 2008. Selain itu, UMSU juga menyelenggarakan program pascasarjana dengan berbagai program studi, seperti Magister Manajemen, Akuntansi, Hukum, Kenotariatan, Komunikasi, Teknik Elektro, Matematika, dan Manajemen Pendidikan, serta sedang mengembangkan program doktoral di bidang hukum.

Dalam perkembangannya, UMSU juga berperan dalam membina beberapa perguruan tinggi Muhammadiyah lainnya di wilayah Sumatera Utara. Kampus awal UMSU berlokasi di Jalan Gedung Arca yang saat ini digunakan oleh Fakultas Kedokteran. Seiring meningkatnya jumlah mahasiswa, dibangun kampus utama di Jalan Mukhtar Basri sebagai pusat kegiatan akademik. Selain itu, pembangunan gedung pascasarjana di Jalan Denai juga dilakukan guna mendukung meningkatnya minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Di bawah kepemimpinan Rektor Agussani, UMSU terus melakukan berbagai upaya pengembangan dan pembenahan, baik dalam aspek tata kelola akademik, pelayanan administrasi, maupun pembangunan infrastruktur. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah pengembangan sistem informasi akademik yang memungkinkan orang tua mahasiswa untuk memantau perkembangan studi. UMSU juga mendirikan Observatorium Ilmu Falak sebagai pusat kajian astronomi Islam yang berperan dalam penentuan waktu ibadah, seperti arah kiblat dan waktu salat.

Upaya peningkatan kualitas tersebut membuahkan hasil dengan diraihnya akreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi pada tahun 2019. Prestasi ini menjadikan UMSU sebagai salah satu perguruan tinggi swasta unggulan di Pulau Sumatera. Keberhasilan tersebut merupakan hasil kerja keras seluruh civitas akademika dalam meningkatkan mutu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, serta menjadi langkah strategis dalam mewujudkan visi UMSU sebagai universitas berkelas internasional di masa yang akan datang.

2. Visi Misi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

a. V
isi

Menjadi Perguruan Tinggi yang unggul dalam membangun peradaban bangsa dengan meng

b. M
isi

Untuk mewujudkan visinya, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara memiliki misi sebagai berikut:

1) M
enyelenggarakan pendidikan dan pengajaran berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.

2) M
enyelenggarakan penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.

3) M
elakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan dan pengembangan kehidupan masyarakat berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.

3. L



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Logo Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Gambar 4.1 Logo Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Arti lengkap dan lambang sebagaimana tersebut di atas adalah :

- a. Matahari : Benda angkasa luar ciptaan Allah SWT, sinarnya sangat berguna bagi kehidupan semua makhluk-Nya. Persyarikatan Muhammadiyah menggambarkan gerak dan manfaatnya bagaikan matahari dengan sinarnya yang selalu memberikan manfaat bagi hidup dan kehidupan manusia.
- b. Perkataan “Muhammadiyah” dalam tulisan Arab adalah nama Persyarikatan Muhammadiyah.
- c. Dua Kalimat Syahadat dalam tulisan Arab : bermakna penyaksian bahwa sesungguhnya tidak ada Tuhan kecuali Allah SWT dan bahwa sesungguhnya Nabi Muhammad SAW adalah utusan Allah. Keyakinan ini merupakan aqidah yang paling hakiki bagi setiap muslim. Dengan demikian Persyarikatan Muhammadiyah menyeru kepada ummat manusia agar dengan sadar memeluk agama Islam dan menjadi penolong serta penegak Islam.
- d. Lukisan Padi dan Kapas : terdiri dari 19 dan 12 tangkai, gabungan keduanya menunjukkan tahun berdirinya Persyarikatan Muhammadiyah di Indonesia yang juga berarti lambang kemakmuran dan kesejahteraan yang menjadi cita-cita bangsa Indonesia.
- e. Kalimat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara : lembaga pendidikan tinggi dalam Persyarikatan Muhammadiyah yang berkedudukan di Sumatera Utara.

- f. Lingkaran segi
lima : simbol dalam Falsafah Pancasila.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, fakultas, dan angkatan, yang relevan dengan penelitian mengenai pengaruh kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga terhadap kepuasan pembelian mahasiswa UMSU.

1. K Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 46 orang atau sebesar 46%, sedangkan responden perempuan sebanyak 54 orang atau sebesar 54%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil data kuesioner, karakteristik responden berdasarkan usia dapat dijabarkan sebagai berikut:

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	18-20 Tahun	22	22%

Tabel 4.2		21-22 Tahun	74	74
	2	23-25 Tahun	4	4%
	Jumlah		100	100%

Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan usia 18–20 tahun berjumlah 22 orang atau sebesar 22%. Responden dengan usia 21–22 tahun merupakan jumlah terbanyak yaitu 74 orang atau sebesar 74%, sedangkan responden dengan usia 23–25 tahun berjumlah 4 orang atau sebesar 4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 21–22 tahun.

3.

K

arakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Karakteristik responden berdasarkan fakultas dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah	Persentase
1	Fakultas Agama Islam	20	20%
2	Fakultas Hukum	11	11%
3	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	13	13%
4	Fakultas Pertanian	3	3%
5	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	13	13%
6	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	8	8%
7	Fakultas Teknik	15	15%
8	Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi	17	17%
Jumlah		100	100%

D

ata diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden berasal dari berbagai fakultas di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Responden terbanyak berasal dari Fakultas Agama Islam sebanyak 20 orang atau sebesar 20%, diikuti oleh Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi

Informasi sebanyak 17 orang atau sebesar 17%, serta Fakultas Teknik sebanyak 15 orang atau sebesar 15%. Selanjutnya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan masing-masing sebanyak 13 orang atau sebesar 13%, Fakultas Hukum sebanyak 11 orang atau sebesar 11%, Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 8 orang atau sebesar 8%, dan Fakultas Pertanian sebanyak 3 orang atau sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai latar belakang fakultas dengan proporsi yang cukup beragam.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Karakteristik responden berdasarkan angkatan digunakan untuk mengetahui tahun masuk responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Tahun	Jumlah	Persentase
1	2022	66	66%
2	2023	20	20%
3	2024	12	12%
4	2025	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, responden berdasarkan tahun angkatan didominasi oleh angkatan 2022 sebesar 66 orang atau sebesar 66%. Angkatan 2023 sebesar 20 orang atau sebesar 20%, 2024 sebesar 12 orang atau sebesar 12%, dan 2025 sebesar 2 orang atau sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari angkatan 2022.

5. Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Penelitian

Pada bagian ini disajikan hasil tanggapan responden terhadap setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kesesuaian akad jual beli (X1) dan transparansi harga (X2). Sementara itu, variabel dependen yaitu Kepuasan Pembelian (Y) yang ketiga nya diukur menggunakan 6 item pernyataan.

Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Kesesuaian Akad Jual Beli

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Soal 1	1	1	2	42	64
2	Soal 2	1	0	2	45	62
3	Soal 3	1	0	3	47	57
4	Soal 4	1	0	4	50	53
5	Soal 5	1	0	5	48	54
6	Soal 6	1	0	3	45	59
	Jumlah	6	1	19	277	349

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 277 dan sangat setuju (SS) sebanyak 349 terhadap seluruh item pernyataan. Sementara itu, jumlah responden yang menjawab kurang setuju (KS) sebanyak 19, tidak setuju (TS) sebanyak 1, dan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 6. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap variabel yang diteliti.

Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Transparansi Harga

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Soal 7	1	1	3	44	59
2	Soal 8	1	2	4	46	55
3	Soal 9	1	3	5	48	51
4	Soal 10	1	4	6	50	47
5	Soal 11	1	5	7	52	43
6	Soal 12	1	6	8	49	44
	Jumlah	6	21	33	289	299

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 70%. Mayoritas responden memiliki persepsi yang positif terhadap item pernyataan yang diajukan.

Tabel 4.7

Uji
Validitas

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Soal 13	1	7	9	47	44
2	Soal 14	1	5	8	46	48
3	Soal 15	1	3	6	45	51
4	Soal 16	2	2	7	48	49
5	Soal 17	1	2	5	46	52
6	Soal 18	2	1	4	47	51
	Jumlah	8	20	39	279	295

Transparansi Harga

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 279 dan sangat setuju (SS) sebanyak 295. Sementara itu, responden yang menjawab kurang setuju (KS) sebanyak 39, tidak setuju (TS) sebanyak 20, dan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 8. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang positif terhadap item pernyataan yang diajukan.

C. Hasil Penelitian

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian yang diperoleh dari data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden dari 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai sampel penelitian. Kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tabel agar memudahkan dalam memahami distribusi jawaban responden terhadap setiap item pernyataan.

Seluruh data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini disajikan secara sistematis yang meliputi deskripsi karakteristik responden, uji asumsi klasik, uji kualitas data, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis, guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Setiap jawaban responden diklasifikasikan berdasarkan skala pengukuran yang digunakan, sehingga dapat diketahui kecenderungan persepsi responden terhadap variabel penelitian.

1. Uji Prasyarat

a. U

ji Kualitas Data

1) U

ji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Item dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel (0,196).

Tabel 4.8 Uji Validitas Kesesuaian Akad jual Beli (X1)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,825	0,196	Valid
2	0,818	0,196	Valid
3	0,876	0,196	Valid
4	0,836	0,196	Valid

5	0,829	0,196	Valid
6	0,869	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Faktor Sosial (X1) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,196) serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.9 Uji Validitas Transparansi Harga (X2)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,783	0,196	Valid
2	0,774	0,196	Valid
3	0,857	0,196	Valid
4	0,818	0,196	Valid
5	0,821	0,196	Valid
6	0,764	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, seluruh item pada variabel Faktor Ekonomi (X2) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,196). Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pada variabel Faktor Ekonomi (X2) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel 4.10 Uji Validitas Kepuasan Pembelian (Y)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,831	0,196	Valid
2	0,881	0,196	Valid
3	0,863	0,196	Valid
4	0,768	0,196	Valid
5	0,854	0,196	Valid
6	0,800	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pada variabel Y memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,196). Hal ini

menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik. Dengan demikian, seluruh instrumen pada variabel Y dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

2)

U

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Pengujian dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*.

Tabel 4.11 Uji Reabilitas Kesesuaian Akad jual Beli (X1)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.917	6

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,917 dengan jumlah item sebanyak 6. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi

Tabel 4.12 Uji Reabilitas Transparansi Harga (X2)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.888	6

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,888 dengan jumlah item sebanyak 6. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi.

Tabel 4.13 Uji Reabilitas Kepuasan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.910	6

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,910 dengan jumlah item sebanyak 6. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi.

b. U

ji Asumsi Klasik

1) U
ji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji ini penting sebagai syarat dalam analisis statistik, terutama regresi. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05), sehingga data layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 4.14 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.14414357
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.060
	<i>Positive</i>	.039
	<i>Negative</i>	-.060
<i>Test Statistic</i>		.060
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, data dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

2)

U

ji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen. Model yang baik tidak mengalami multikolinearitas. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
1 (Constant)		
Kesesuaian Akad jual Beli	.693	1.443
Transparansi Harga	.693	1.443

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pembelian

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

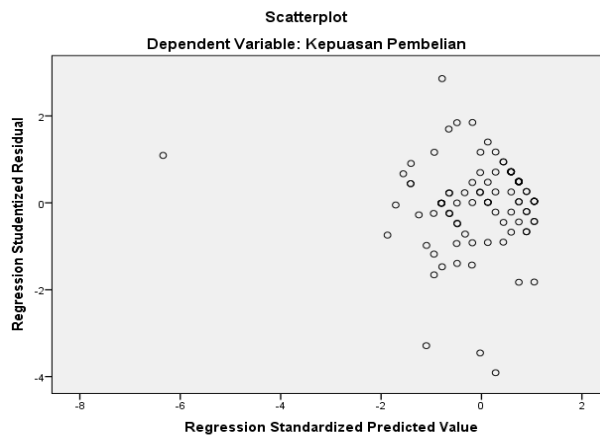
Berdasarkan tabel di atas, nilai Tolerance untuk masing-masing variabel sebesar 0,693 ($> 0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,443 (< 10). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis selanjutnya

3)

U

ji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui analisis grafik, di mana model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar acak, tidak membentuk pola tertentu.



Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas *Scatterplot*

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan grafik *scatterplot* uji heteroskedastisitas dengan variabel dependen Kepuasan Pembelian, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di sekitar sumbu dan tidak membentuk pola tertentu, baik mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi homoskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Teknik Analisis Data

a.

U

Uji Statistik deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum data penelitian, seperti

Tabel 4.17 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kesesuaian Akad jual Beli	100	6.00	30.00	27.5900	3.21642
Transparansi Harga	100	6.00	30.00	25.5800	4.14188
Kepuasan Pembelian	100	8.00	30.00	26.5700	3.85666

Valid N (listwise)	100				
--------------------	-----	--	--	--	--

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel di atas, maka dapat digambarkan distribusi

- 1) Kesesuaian Akad Jual Beli : Memiliki nilai minimum 6 dan maksimum 30, dengan rata-rata sebesar 27,59 serta standar deviasi 3,216. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap kesesuaian akad jual beli. K
- 2) Transparansi Harga: Memiliki nilai minimum 6 dan maksimum 30, dengan rata-rata sebesar 25,58 serta standar deviasi 4,142. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung menilai transparansi harga dengan baik, meskipun terdapat variasi jawaban yang lebih besar dibanding variabel lainnya. T
- 3) Kepuasan Pembelian : Memiliki nilai minimum 8 dan maksimum 30, dengan rata-rata sebesar 26,57 serta standar deviasi 3,857. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pembelian responden tergolong tinggi. K

b. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian. Melalui uji ini dapat diketahui arah hubungan serta besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 4.18 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.376	1.927	
Kesesuaian Akad jual Beli	.496	.082	.414
Transparansi Harga	.489	.063	.525

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pembelian

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan output regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,376 + 0,496X_1 + 0,489X_2$$

- 1) K
 onstanta (0,376) menunjukkan bahwa apabila variabel Kesesuaian Akad Jual Beli (X_1) dan Transparansi Harga (X_2) bernilai nol, maka Kepuasan Pembelian (Y) akan sebesar 0,376.
- 2) K
 esesuaian Akad Jual Beli (X_1) memiliki koefisien regresi 0,496 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Kesesuaian Akad Jual Beli akan meningkatkan Kepuasan Pembelian sebesar 0,496 satuan, dengan pengaruh yang signifikan.
- 3) T
 ransparansi Harga (X_2) memiliki koefisien regresi 0,489 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini berarti setiap peningkatan 1 satuan pada Transparansi Harga akan meningkatkan Kepuasan Pembelian sebesar 0,489 satuan, dengan pengaruh yang signifikan.

Kedua variabel independen, yaitu Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga, memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pembelian.

Artinya, semakin baik kesesuaian akad dan semakin transparan harga yang diterapkan, maka tingkat kepuasan pembelian responden akan semakin tinggi.

c. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial t_{test} (Uji t)

Uji parsial t_{test} (Uji t) adalah pengujian statistik untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, yaitu satu per satu. Variabel dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$. Uji ini membantu mengetahui kontribusi setiap variabel dalam model penelitian.

Tabel 4.19 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.376	1.927		.195	.846
Kesesuaian Akad jual Beli	.496	.082	.414	6.069	.000
Transparansi Harga	.489	.063	.525	7.704	.000

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pembelian*

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

- a) Kesesuaian Akad Jual Beli (X1) : Berdasarkan hasil uji t, variabel Kesesuaian Akad Jual Beli menunjukkan nilai t-hitung sebesar 6,069, sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,984 Karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($6,069 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kesesuaian Akad Jual Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembelian. Artinya, setiap peningkatan kualitas kesesuaian akad jual beli yang diterapkan oleh penyedia produk atau layanan akan meningkatkan tingkat kepuasan pembelian responden. Peningkatan ini dapat terkait dengan kejelasan, kepatuhan, dan kesesuaian proses akad jual beli dengan prinsip yang berlaku, sehingga konsumen merasa lebih aman dan puas. Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.
- b) Transparansi Harga (X2) : Hasil uji t untuk variabel Transparansi Harga menunjukkan nilai t-hitung sebesar 7,704 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,984 Karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($7,704 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Transparansi pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembelian. Hal ini menandakan bahwa semakin transparan harga

yang diberikan oleh penyedia, semakin tinggi kepuasan pembelian yang dirasakan oleh konsumen. Transparansi harga ini mencakup keterbukaan informasi harga, tidak adanya biaya tersembunyi, serta kejelasan promo atau diskon yang diberikan, sehingga konsumen merasa adil dan percaya pada produk yang dibeli. Berdasarkan temuan ini, H_0 ditolak dan hipotesis alternatif (H_2) diterima.

Secara keseluruhan, baik Kesesuaian Akad Jual Beli maupun Transparansi Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kesesuaian akad, tetapi juga oleh seberapa transparan harga yang diterapkan. Dengan demikian, kedua faktor ini penting untuk diperhatikan oleh penyedia produk atau layanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

2) Uji Simultan F_{test} (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembelian, sehingga model regresi layak digunakan.

Tabel 4.20
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1 Regression	1012.569	2	506.285	106.774	.000 ^b
Residual	459.941	97	4.742		
Total	1472.510	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pembelian

b. *Predictors: (Constant)*, Transparansi Harga, Kesesuaian Akad jual Beli

S

umber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan hasil uji f, diperoleh f_{hitung} sebesar 106,774 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai f_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai f_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan pembilang (df_1) = 2 dan derajat kebebasan penyebut (df_2) = 97. Berdasarkan tabel distribusi f, diperoleh f_{tabel} sebesar $\pm 3,09$.

Dengan demikian, $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$, yaitu $106,774 > 3,09$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_3 diterima, yang berarti Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen bersama-sama memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kepuasan pembelian responden.

d. Uji Koefisien Determinasi dengan R Square (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variasi atau perubahan pada variabel dependen.

Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi dengan R Square (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.688	.681	2.17754

a. *Predictors: (Constant)*, Transparansi Harga, Kesesuaian Akad jual Beli

Sumber: Data diolah, SPSS 22 2026

Berdasarkan tabel *Model Summary*, diperoleh nilai $R = 0,829$ dan $R^2 = 0,688$. Hal ini menunjukkan bahwa 68,8% variasi Kepuasan Pembelian dapat dijelaskan oleh Kesesuaian Akad Jual Beli

dan Transparansi Harga, sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, persepsi nilai, pengalaman pembelian, promosi, serta kemudahan transaksi dan faktor emosional.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian, baik secara parsial maupun secara simultan. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda, pembahasan hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli terhadap Kepuasan Pembelian

Kesesuaian Akad Jual Beli (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial yang menunjukkan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, yaitu $6,069 > 1,984$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kesesuaian Akad Jual Beli berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembelian. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis 1 (H_1) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesesuaian akad dalam transaksi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pembelian. Kesesuaian akad memastikan bahwa seluruh proses transaksi berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku, mulai dari kesepakatan harga, mekanisme pembayaran, hingga jaminan produk.

Hal ini memberikan rasa aman dan keyakinan bagi mahasiswa UMSU sehingga mereka merasa puas dengan keputusan pembelian yang dilakukan. Selain itu, mahasiswa UMSU cenderung lebih nyaman dan percaya pada transaksi yang akadnya jelas dan sesuai prosedur. Kesesuaian akad juga mengurangi potensi konflik atau ketidakpuasan setelah pembelian, sehingga kepuasan mahasiswa UMSU dapat terjaga.

2. Pengaruh Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian

Transparansi Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial yang menunjukkan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, yaitu $7,704 > 1,984$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Transparansi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembelian. Hipotesis 2 (H2) dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi harga memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pembelian. Ketika informasi harga diberikan secara jelas, termasuk rincian biaya, diskon, atau promo, mahasiswa dapat menilai keuntungan transaksi dengan lebih mudah.

Semakin jelas dan terbuka informasi harga yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen karena mereka merasa mendapat manfaat dan perlakuan yang adil. Selain itu, transparansi harga juga meningkatkan kepercayaan mahasiswa UMSU terhadap produk dan penjual. itu, transparansi harga juga meningkatkan kepercayaan mahasiswa UMSU cenderung merasa yakin bahwa mereka tidak dibebani biaya tersembunyi dan mendapatkan nilai yang sesuai dengan harga yang dibayarkan, sehingga keputusan pembelian menjadi lebih memuaskan.

3. Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian

Berdasarkan uji simultan (uji f), diperoleh nilai $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$, yaitu $106,774 > 3,09$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembelian. Dengan demikian, hipotesis 3 (H3) diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pembelian mahasiswa UMSU merupakan hasil kombinasi dari kesesuaian akad yang jelas dan transparansi harga yang baik. Kesesuaian akad memberikan rasa aman dan kepastian dalam bertransaksi, sedangkan transparansi harga memberikan kejelasan manfaat finansial bagi mahasiswa UMSU. Kedua faktor ini saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pembelian yang optimal.

Nilai *R Square* sebesar 0,68,8 menunjukkan bahwa 68,8% variasi Kepuasan Pembelian dapat dijelaskan oleh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga, sedangkan 31,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, persepsi nilai, pengalaman pembelian, promosi, serta kemudahan transaksi dan faktor emosional.

di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memengaruhi kepuasan pembelian mahasiswa UMSU.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesesuaian akad jual beli terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan pembelian mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan akad jual beli yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti adanya kejelasan antara penjual dan pembeli, kesepakatan harga yang transparan, serta tidak adanya unsur penipuan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa juga akan semakin meningkat. Kesesuaian akad memberikan rasa aman, keadilan, serta kepercayaan dalam bertransaksi, sehingga mahasiswa merasa lebih yakin dan nyaman dalam melakukan pembelian.
2. Transparansi harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pembelian mahasiswa. Keterbukaan informasi harga, baik dari segi harga dasar, biaya tambahan, maupun kejelasan promo atau diskon, memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memahami nilai yang mereka bayarkan. Transparansi ini mampu mengurangi ketidakpastian serta persepsi negatif terhadap harga, sehingga mahasiswa merasa bahwa transaksi yang dilakukan bersifat adil dan tidak merugikan. Dengan demikian, transparansi harga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan sekaligus meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Secara simultan kesesuaian akad jual beli dan transparansi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pembelian mahasiswa UMSU. Kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam menciptakan transaksi yang tidak hanya sah secara syariah, tetapi juga transparan dan adil secara ekonomi. Ketika akad dilakukan dengan benar dan informasi harga disampaikan secara terbuka, maka mahasiswa akan merasakan

pengalaman transaksi yang lebih baik, sehingga kepuasan pembelian dapat tercapai secara optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi jual beli, yang diwujudkan melalui kesesuaian akad dan transparansi harga, merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pembelian mahasiswa sebagai konsumen. Semakin tinggi tingkat penerapan kedua aspek tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak:

1. Bagi pelaku usaha di lingkungan kampus, disarankan untuk lebih memperhatikan penerapan akad jual beli yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti kejelasan kesepakatan, kejujuran dalam penyampaian informasi, serta menghindari unsur gharar dan penipuan. Selain itu, pelaku usaha juga diharapkan mampu meningkatkan transparansi harga dengan memberikan informasi yang jelas, rinci, dan mudah dipahami oleh konsumen. Dengan demikian, kepercayaan konsumen dapat meningkat dan berdampak pada kepuasan serta loyalitas pelanggan.
2. Bagi mahasiswa sebagai konsumen, diharapkan lebih cermat dan kritis dalam melakukan transaksi pembelian. Mahasiswa perlu memperhatikan kejelasan akad serta transparansi harga sebelum melakukan pembelian agar dapat menghindari potensi kerugian. Selain itu, mahasiswa juga perlu memahami hak-haknya sebagai konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan serta hak untuk mendapatkan perlakuan yang adil dalam transaksi. Dengan memahami ketentuan tersebut, mahasiswa diharapkan lebih berani menyampaikan keluhan atau

menuntut haknya apabila terjadi ketidaksesuaian antara harga, akad, dan produk yang diterima. Hal ini juga dapat mendorong terciptanya transaksi yang lebih transparan, jujur, dan sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen.

3. Bagi pihak Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, disarankan untuk terus meningkatkan edukasi dan literasi terkait ekonomi syariah, khususnya mengenai pentingnya akad yang sesuai dan transparansi dalam transaksi. Edukasi ini dapat dilakukan melalui kegiatan akademik seperti perkuliahan, seminar, maupun pelatihan kewirausahaan berbasis syariah, sehingga mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen yang cerdas tetapi juga pelaku usaha yang beretika.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan baik dari segi variabel maupun ruang lingkup penelitian. Oleh karena itu, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, persepsi risiko, atau faktor sosial yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan pembelian. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada mahasiswa UMSU, tetapi juga pada masyarakat umum atau platform digital yang lebih luas agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abaitunnisa, F. (2024). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DENGAN MODERASI KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO MARKAS BELI DI SHOPEE*. 3(1), 117–131.
- Adi, P., Siregar, S., Hukum, F., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2021). *KEABSAHAN AKAD JUAL BELI MELALUI INTERNET DITINJAU DARI HUKUM ISLAM*. 5(1), 57–65.
- Amalia, A. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW PADA TOKO MS GLOW KENDY*. 3(4), 1130–1142.
- Arfah, A. (2025). *Analisis Dampak Transparansi Harga dan Informasi Produk terhadap Peningkatan Penjualan: Studi Kasus pada CV. Puri Pangan Lestari*. 1(3), 1084–1091.
- Arianto. (2025). *TRANSAKSI BISNIS DI ERA DIGITAL PERSPEKTIF KAIDAH FIKH*. 3, 34–54.
- Badaru, B. (2023). Kepentingan Umum Dalam Asas Oportunitas Pada Sistem Peradilan Pidana. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 1737–1754. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i2.3715>
- Cahyadi. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang*. 1.
- Evan Jaelani, N. S. (2025). *Pengaruh Dynamic Pricing dan Transparansi Harga terhadap Trust dan Repurchase Intent pada Platform Traveloka di Kota Bandung*. 17(1), 205–217.
- Faiz, A., Hambali, D. S., & Kurniawaty, I. (2022). *Tinjauan Studi Pustaka Tahapan Domain Afektif untuk Mengukur Karakter Siswa*. 6(4), 5508–5515.
- Gangga Anuraga. (2021). *PELATIHAN PENGUJIAN HIPOTESIS STATISTIKA DASAR DENGAN SOFTWARE R*. 03(02), 327–334.

- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2021). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. 3(September), 171–180.
- Hendrik, J. J. (2024). *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE , HARGA , DAN*. 03(1), 145–154.
- Husnah, R. K., Alifia, S., & Rohmayanti, A. (2025). *Tantangan Transparansi Harga dalam Pembiayaan Murabahah di Perbankan Syariah*. 04(01), 1724–1730.
- Jailani, A. R. M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. 1, 1–9.
- Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. 7, 26320–26332.
- Kilawati, M., Islam, U., Maulana, N., Ibrahim, M., & Artikel, I. (2024). *Transformasi konsep gharar dalam akad syariah: analisis literatur terhadap keuangan digital*.
- Kulsum, S. A., & Sidiq, S. (2025). Pengaruh harga, kualitas informasi, diskon, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol4.iss1.art2>
- Laila, K., & Hasan, M. (2024). *PENGARUH AKAD SALAM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO ZIEL DU ' UR LANGKAP BURNEH BANGKALAN*. 2(2), 401–412.
- Lifia. (2023). *Hakikat Akad Dalam Transaksi Jual Beli Arisan Uang*. 9(03), 3993–3999.
- Lubis, T. W. (2024). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Murabahah di Bank Syariah*. 2(2), 135–138.
- Mela Arum Agustina, A. R. R. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi*

Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen: Studi pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Merek Jims Honey. 6, 4267–4281. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1628>

Muslihin, H. Y., Loita, A., & Nurjanah, D. S. (2022). *Instrumen Penelitian Tindakan Kelas untuk Peningkatan Motorik Halus Anak.* 6(1), 99–106.

Rahmayati, H. H. B. S. (2019). *Pengaruh NPF dan NOM terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Periode 2015-2019.* 7–13.

Ramadani, R., Arini, L. M., Billah, S., & Nasution, R. A. (2026). *Persepsi Nasabah Terhadap Transparansi Akad.* 1, 1–10.

Ramadhana, R. T., & Prasetyo, B. (2025). *Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online.* *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 635–664.

Riyan Pradesyah. (2024). *Pengaruh Pemahaman Akad Dan Religiusitas Terhadap Minat.* 6(1), 124–134.

Romli, M. (2021). *KONSEP SYARAT SAH AKAD DALAM HUKUM ISLAM DAN SYARAT SAH PERJANJIAN DALAM PASAL 1320 KUH PERDATA.*

Sahabuddin, R., Arif, H. M., Lestari, W., & Alviolin, E. (2024). *Transparansi Informasi Sebagai Mediator dalam Hubungan Etika Pemasaran Digital dan Kepercayaan Konsumen di E-Commerce.* 2(1), 27–37.

Sasongko, S. R. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN).* 3(1), 104–114.

Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., Roring, F., Harga, A. P., Dan, P., Pelayanan, K., Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION USING DELIVERY* *Jurnal EMBA Vol . 11 , No . 3 . Juli 2023 , Hal . 1-11.* 11(3), 1–11.

- Siregar, P. A. (2024). *Peranan E-Commerce Dalam Transaksi Salam*. 6(2), 158–169.
- Susanto, I., & Johendra, M. (2024). *TRANSPARANSI JUAL BELI ONLINE : PERSPEKTIF ETIKA ISLAM DALAM PRAKTIK E-COMMERCE*. 2.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Syarifuddin. (2021). *SUMBER DAYA MANUSIA PADA KANTOR DINAS DIKOTA MAKASSAR*. 1(2), 51–56.
- Talita Fahriza Maulidiyah, R. M. (2023). *THE EFFECT OF PRICE PERCEPTIONS AND PURCHASE INTENTION ON PURCHASE DECISIONS OF FASHION PRODUCTS THROUGH THE MARKETPLACE SHOPEE IN STUDENTS OF WALISONGO STATE*. 3.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2), 96–102.
- Zailani. (2020). *Jual Beli Dalam Islam*. 3.
- Zaini, A. A. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen “ Warung Bek Mu 2 ” Banjarnayar Paciran Lamongan)*. 02(02), 47–54.
- Zakri, M., & Pamulang. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga dan E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tokopedia di Tangerang Selatan*. 472–484.

LAMPIRAN

Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa UMSU

Petunjuk Pengisian :

Berikan Tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

STS (Sangat Tidak Setuju) Skor Penilaian 1
TS (Tidak Setuju) Skor Penilaian 2
KS (Kurang Setuju) Skor Penilaian 3
S (Setuju) Skor Penilaian 4
SS (Sangat Setuju) Skor Penilaian 5

Variabel Kesesuaian Akad Jual Beli (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Transaksi dilakukan secara sukarela tanpa adanya paksaan dari pihak penjual	1	1	2	42	64
2	Harga barang telah disepakati sebelum transaksi dilakukan	1	0	2	45	62
3	Informasi mengenai kualitas atau kondisi barang disampaikan dengan jelas	1	0	3	47	57
4	Jumlah atau spesifikasi barang yang dibeli dijelaskan secara rinci sebelum transaksi	1	0	4	50	53
5	Penjual tidak menyembunyikan informasi penting terkait produk	1	0	5	48	54
6	Proses transaksi dilakukan secara transparan dan dapat dipahami oleh pembeli	1	0	3	45	59

Variabel Transparansi Harga (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga yang tercantum sesuai dengan harga yang harus dibayar	1	1	3	44	59
2	Informasi harga mudah dipahami oleh konsumen	1	2	4	46	55
3	Informasi harga mudah ditemukan pada platform atau tempat penjualan	1	3	5	48	51
4	Informasi harga tersedia dengan jelas baik secara online maupun offline	1	4	6	50	47
5	Ketentuan promo dijelaskan secara terbuka kepada konsumen	1	5	7	52	43
6	Informasi diskon atau promosi disampaikan secara jelas	1	6	8	49	44

Variabel Kepuasan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Produk yang saya beli sesuai dengan harapan saya	1	7	9	47	44
2	Kualitas produk yang saya terima memuaskan	1	5	8	46	48
3	Harga yang saya bayar sesuai dengan kualitas produk yang saya terima	1	3	6	45	51
4	Informasi harga sering kali tidak dijelaskan secara lengkap oleh penjual	2	2	7	48	49
5	Saya merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan harga yang dibayar	1	2	5	46	52
6	Saya bersedia merekomendasikan penjual tersebut kepada orang lain	2	1	4	47	51

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Cut Zahara Salidia Sabrina

NPM : 2201280037

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah


Fakultas : Agama Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa UMSU** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, April 2026

Yang Menyatakan:


Cut Zahara Salidia
NPM : 2201280037

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Cut Zahara Salidia Sabrina

Tempat & Tanggal Lahir : Medan, 31 Agustus 2004

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Kawin

Alamat : Jalan Sakura III No. 69, Helvetia Medan

NO HP : 083124746959

Email : zaharasalidya@gmail.com

Nama Ayah : Teuku Faisal Iskandar

Nama Ibu : Delly Chairina

Pendidikan Formal

1. SD Muhammadiyah 31 Medan 2010-2016
2. SMP Negeri 18 Medan 2016-2019
3. SMA Kartika I-2 Medan 2019-2022
4. Diterima sebagai mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2022).



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU
 Mengajarlah dengan Iqbal

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 49/SK/BBAN-PT/Akred/PT/111/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Bila menggunakan surat ini agar dibuktikan
 Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

19 Jumadil Awal 1447 H
 10 November 2025

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada : Yth Bapak Dekan Fai UMSU

Di -
 Tempat

Dengan Hormat
 Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Cut Zahara Salidia Sabrina
 Npm : 2201280037
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,63



Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Pilihan Tugas Akhir		Persetujuan Prodi	Usulan Pembimbing	Persetujuan Dekan
		Skripsi	Jurnal			
1	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Manfaat Bank Syariah terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa UMSU di Bank Syariah					
2	Pengaruh Strategi Islamic Branding dan Harga terhadap Minat Beli Produk Perawatan Diri Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa UMSU)					
3	Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa UMSU	-	-	10/10/25 Murtah Chair	Murtah Chair	

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

(Handwritten signature)

(Cut Zahara Salidia Sabrina)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dia masyakho suru'u ager duduakan
kibor dan tanggotnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK.BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.El
Dosen Pembimbing : Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., M.A

Nama Mahasiswa : Cut Zahara Salidia Sabrina
Npm : 2201280037
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
5/2-2026	1. Perbaiki R.M. 2. Ubah TP, sesuaikan dgn RM.		
11/2-2026	1. Perbaiki Tujuan Penelitian. 2. Tambahkan argumen dgn jwb beli		
12/2-2026	1. Bempa jlh populasi? 2. Rumus 7 digunakan in mencari sample? 3. Buat tabel penelitian		
23- Feb 26.	Ace Sempro.		

Medan, Februari 2026



Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I.MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.El

Pembimbing Proposal

Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Bila wawancara surat ini agar dibuktikan Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari Sabtu, 28 Februari 2026 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Cut Zahara Salidia Sabrina
Npm : 2201280037
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Okey
Bab I	format halaman keliru, dalam satu paragraf kutip 2 & 3 artikel. bahasa yang diteliti msh 2g
Bab II	bahasa tdk sesuai format
Bab III	di rumus sampai pada fitur word. judul tabel perhatikan l>>
Lainnya	Perbaiki format halaman, daftar, & salah ketik penulisan l>>
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 28 Februari 2026

Tim Seminar

Ketua

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris

(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)

Pembimbing

(Mutian Khaira Sihotang, S.E.I., M.A)

Pembahas

(Khairunnisa, S.E.I., M.M)

CS Dipindai dengan CamScanner



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila mempunyai surat ke agar diutamakan
 Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari **Sabtu, 28 Februari 2026** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Cut Zahara Salidia Sabrina
Npm : 2201280037
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 28 Februari 2026

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)

Pembimbing

(Mutiah Khaira Sifotang, S.E.I., M.A)

Pembahas

(Khairunnisa, S.E.I., M.M)

Diketahui/ Disetujui

Wakil Dekan I

 Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://umsu.ac.id rektor@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan

Nomor : 1331 /I.3-AU/UMSU/F/2026
Lamp. : -
Hal : Izin Riset

15 Ramadhan 1447 H
04 Maret 2025 M

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di-
Medan.

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, teriring salam dan do'a semoga Saudara dan jajaran selalu berada dalam naungan Allah SWT. Dan dimudahkan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Amin.

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 112/II.3-AU/UMSU-01/F/2026 tanggal 02 Maret 2026 Prihal Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan persetujuan/izin riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai berikut:

Nama : **Cut Zahara Salidia Sabrina**
NPM : 2201280037
Program Studi : MBS
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Judul : **Pengaruh Kesesuaian Akad Jual Beli dan Transparansi Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Demikian hal ini kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum
NIP: 195701131987031002

Tembusan:

1. Bapak Rektor UMSU sebagai laporan;
2. Yang bersangkutan
3. Peringgal.