

**PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
DI MANGROVE RESTORAN APUNG BINTAN KEPULAUAN RIAU**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurrahman
Kepulauan Riau Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

MUHAMMAD NURAZRI

NIM. 22612052137

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

SULTAN ABDURRAHMAN

KEPULAUAN RIAU

2026



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkeprn.ac.id Email: stainkeprn@kemenag.go.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Nurazri

NIM : 22612052137

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini terdapat plagiasi, baik isi, logika, maupun datanya, secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Bintan, 27 Juni 2026

Yang menyatakan



Muhammad Nurazri

NIM. 22612052137



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus : Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Aeri – Bintan
Telp.0771-442607 fax.0771-442610
Website : www.stainkepri.ar.id Email : stainkepri@kemennag.go.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul : Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli
Konsumen Di Mangrove Restoran Apung
Bintan Kepulauan Riau
Nama : Muhammad Nurazri
NIM : 22612052137
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Telah dimunaqasyahkan pada : 20 Juli 2026

Dan dinyatakan telah diterima oleh STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

TIM MUNAQASYAH

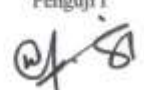
Ketua Sidang


Firdaus, M.H
NIDN. 2101079003

Sekretaris


Muhammad Arif Hudaya, Lc., M.E
NIDN. 2004128602

Penguji I


Kamaruzzaman, M.M
NIDN. 1008118302

Penguji II


Dr. Iwan Aziwantoro, S.E., M.M
NIDN. 1018067801

Bintan, Juli 2026
Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau




Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag
NIP. 197503242006041005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus : Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-442607 fax. 0771-442610
Website : www.stainkepri.ac.id Email : stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Nurazri
NIM : 22612052137
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli
Konsumen Di Mangrove
Restoran Apung Bintan Kepulauan Riau

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk dilanjutkan pada sidang Munaqasyah.
Diharapkan semoga skripsi tersebut dapat diterima dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing 1


Dr. Sukma Adi Perdana, M.Sc
NIDN. 0008118802

Bintan, 27 Juni 2026
Pembimbing 2


Sudanto, SE.MM.
NIDN. 2115046201



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus : Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp.0771-442607 fax.0771-442610
Website : www.stainkepri.ac.id Email : stainkepri@kemenag.go.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Program Studi Manajemen
Bisnis Syariah
STAIN Sultan Abdurrahman
Kepulauan Riau

Assalamualaikum warahmatullahi wabarukatu.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang berjudul: "Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Mangrove Restoran Apung Bintan Kepulauan Riau"

Nama : Muhammad Nurazri
NIM : 22612052137
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada program studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau untuk diujikan dalam rangka untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.
Wassalamualaikum wr.wb.

Pembimbing 1


Dr. Sukma Adi Perdana, M.Sc
NIDN. 0008118802

Bintan, 27 Juni 2026
Pembimbing 2


Sudanto, SE.MM.
NIDN. 2115046

ABSTRAK

Muhammad Nurazi , 2026, 22612052137. Penelitian ini mengkaji Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Mangrove Restoran Apung Bintang Kepulauan Riau.

Fenomena ini menunjukkan adanya ketidak sesuaian antara harga dan porsi menu yang ditawarkan. Harga yang ditetapkan dinilai belum sepenuhnya sebanding dengan porsi serta nilai pengalaman yang dirasakan konsumen. Ketidak sesuaian ini berpotensi menimbulkan persepsi kurang positif terhadap restoran, yang pada akhirnya berdampak pada rendahnya minat beli konsumen maupun keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

Jenis penelitian yang dirancang pada penelitian ini adalah **penelitian kuantitatif dengan** eksplanatori (kausal), Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke Mangrove Restoran Apung Bintang pada bulan Agustus-Desember sebanyak 400. sampel sebanyak 80 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Mangrove Restoran Apung Bintang. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian hipotesis menggunakan teknik bootstrapping SmartPLS yang menunjukkan nilai t-statistic sebesar 21,025 lebih besar dari t-tabel 1,66 serta nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 ($< 0,05$). Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi (R-Square) sebesar 0,663 menunjukkan bahwa variabel harga mampu menjelaskan 66,3% variasi minat beli konsumen, sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen pada Mangrove Restoran Apung Bintang.

Kata Kunci : *Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*

ABSTRACT

Muhammad Nurazi, 2026, 22612052137. This study examines the Influence of Price on Consumer Purchase Interest at the Mangrove Floating Restaurant, Bintan, Riau Islands.

This phenomenon indicates a mismatch between the price and portion sizes on the menu. The prices are deemed inadequate to reflect the portion sizes and the perceived value of the experience. This mismatch has the potential to create a negative perception of the restaurant, ultimately leading to lower consumer purchasing interest and a decreased desire to revisit.

The type of research designed in this study is quantitative research with explanatory (causal). The population in this study is all consumers who visited the Mangrove Floating Restaurant Bintan in August-December as many as 400. The sample is 80 respondents. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis uses a hypothesis test.

The results of the study indicate that price influences consumer purchasing interest at the Mangrove Floating Restaurant in Bintan. This is evidenced by the results of hypothesis testing using the SmartPLS bootstrapping technique, which showed a t-statistic of 21.025, greater than the t-table of 1.66, and a significance value (p-value) of 0.000 (<0.05). Furthermore, the coefficient of determination (R-Square) analysis of 0.663 indicates that the price variable can explain 66.3% of the variation in consumer purchasing interest, while the remaining 33.7% is influenced by other factors outside the study. Thus, it can be concluded that price has a positive and significant effect on consumer purchasing interest. The better consumers' perceptions of the set price, the higher their purchasing interest at the Mangrove Floating Restaurant in Bintan.

Keywords: *The Effect of Price on Consumer Purchasing Interest*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan alam Nabi Muhammad Saw. yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan menuju alam yang penuh dengan cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Manajemen Bisnis Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, dengan judul: **Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Mangrove Restoran Apung Bintang Kepulauan Riau**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag., selaku ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
2. Bapak Aris Bintania, M.Ag., selaku Wakil Ketua I STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
3. Bapak Dr. Drs. Almahfuz, M.Si., selaku Wakil Ketua II STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

4. Bapak H. Rahmad Budi Harto, S.E., MM., selaku Wakil Ketua III STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
5. Bapak Dr. Sukma Adi Perdana, M.Sc., sebagai dosen pembimbing I yang sudah membimbing dengan penuh kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Sudanto, SE, MM., sebagai dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta bimbingan dengan sabar dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Kamaruzaman M.M., selaku Ketua Kaprodi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
8. Bapak/Ibu Dosen STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
9. Mangrove Restoran Apung Bintang dan karyawan yang telah memberikan izin, bimbingan, dan bantuan kepada penulis selama pelaksanaan penelitian.
10. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi metodologi, kedalaman analisis, maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan adanya masukan, kritik yang konstruktif, serta saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan Skripsi ini di masa yang akan datang. Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini tidak hanya menjadi syarat kelulusan, tetapi juga dapat memberikan kontribusi positif, wawasan baru, serta manfaat yang luas bagi

penulis pribadi khususnya, dan bagi para pembaca serta perkembangan ilmu
pengetahuan pada umumnya

Bintan, 25 Mei 2026
Penulis

Muhammad Nurazri
NIM. 22612052137

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bersyukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, kasih sayang, kekuatan, serta petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw., dengan ucapan Allahumma Sholli ‘Alaa Sayyidina Muhammad wa ‘ala aali sayyidina Muhammad. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, karya sederhana ini aku persembahkan untuk ayah tercinta, Abah Mahidin, yang selalu menjadi sumber kekuatan, keteguhan hati, dan teladan dalam hidupku. Terima kasih atas setiap doa, peluh, pengorbanan, serta kasih sayang yang tak pernah terhitung nilainya. Segala pencapaian ini tak lepas dari kerja keras dan dukungan Abah yang tak ternilai. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur yang berkah, dan kebahagiaan kepada Abah.
2. Teruntuk ibu tercinta, Ibu Asnira, terima kasih atas cinta, doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada henti dalam setiap langkah hidupku. Nasihat dan dukungan Ibu selalu menjadi cahaya yang menguatkan untuk terus berjuang hingga sampai pada titik ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, serta keberkahan umur kepada Ibu. Karya ini adalah wujud rasa cinta, hormat, dan terima kasihku atas segala yang telah Ibu berikan.
3. Teruntuk saudara kandungku tercinta, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu kalian berikan.

4. Teruntuk Umi Hamidatul Maula, Terima kasih sudah menjadi bagian di setiap prosesku, menjadi bagian dalam hidupku, menjadi pegangan saat aku jatuh, menjadi rumah saat aku berjalan jauh, serta mengisi setiap bab dalam cerita hidupku. Kehadiranmu telah memberikan banyak kekuatan, ketenangan, dan kebahagiaan yang tak mampu kuungkapkan dengan kata-kata. Semoga kita selalu diberi kesempatan untuk terus melangkah bersama dalam setiap perjalanan hidup yang akan datang.

Bintan, 25 Juni 2026
Penulis

Muhammad Nurazri
NIM. 22612052137

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PENGESAHAN	1
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	6
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	7
MOTO	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	10
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	17
A. Latar Belakang Masalah.....	17
B. Rumusan Masalah	64
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	64
D. Kajian Terdahulu.....	65
E. Kerangka Teori.....	68
F. Sistematisasi Pembahasan	68
BAB II KONSEP TEORITIS DAN OPERASIONAL VARIABEL	Error! Bookmark not defined.
A. Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Harga	Error! Bookmark not defined.
2. Pengertian Minat beli	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh antara harga terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
B. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
C. Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

B. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Sistematika Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Lokasi	Error! Bookmark not defined.
B. Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
C. Analisis Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal	Error! Bookmark not defined.
Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Mangrove Restoran Apung Bintang.....	62
Tabel 1.2 Jumlah Menu Terjual dan Total	62
Tabel 1.3 Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.4 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1 Struktur Organisasi Mangrove Restoran Apung Bintang	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1 Struktur Organisasi Mangrove R 2	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2 Mangrove Restoran Apung Bintang	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.3 Responden Berdasarkan Jenis Ke	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.4 Responden Berdasarkan Umur.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.5 Responden Berdasarkan Pekerja.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.6 Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.7 Deskriptif Statistik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.8 Data Hasil Pengujian Outer Model	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.9 Data Hasil Pengujian Convergen Validity	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.10 Data Hasil Pengujian Convergen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.11 Data Hasil Pengujian Discrimi Validity	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.12 Data Hasil Pengujian Discrimi Discriminant.....	Error! Bookmark not defined.
Validity berdasrkan Fornell Lacrker Criterion	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.13 Data Hasil Pengujian Composi Reliability	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.14 Data Hasil Pengujian Inner Model.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.15 Data Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.16 Hasil Uji F-Square	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Outer Model**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian
Lampiran 2 Surat Balasan
Lampiran 3 Surat SK
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2
Lampiran 6 From Plagiasi
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi
Lampiran 8 Kuesioner Pebelitian
Lampiran 9 Tabulasi Data
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis saat ini semakin luas seiring dengan perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi, terutama di sektor kuliner. Hal ini mendorong munculnya berbagai usaha baru dengan produk dan konsep berbeda untuk menarik konsumen, sehingga jumlah restoran terus meningkat dan persaingan antar usaha menjadi semakin ketat.¹ Restoran tidak hanya berfokus pada penyediaan makanan dan layanan yang memuaskan, tetapi juga harus memperhatikan faktor harga sebagai salah satu unsur penting dalam menarik minat beli konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor utama dalam persaingan memasarkan produk, khususnya dalam dunia usaha yang semakin kompetitif. Setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga yang menarik agar dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Harga tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar, tetapi juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam

¹ Fauziah Septiani Adedi Abdurahim, 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Jasa Fotografi Dan Videografi Whitetalk Picture Di Bogor', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3.8 (2025), pp. 448–57.

menilai suatu produk atau jasa. Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli konsumen karena tidak sesuai dengan kemampuan atau persepsi nilai yang mereka rasakan. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah juga dapat

menimbulkan anggapan bahwa kualitas produk kurang baik. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat menjadi strategi penting bagi pelaku usaha, termasuk restoran, dalam menarik minat beli konsumen serta meningkatkan daya saing usaha.²

Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil adalah harga yang setara dengan nilai barang yang sama, di tempat dan waktu yang sama. Ia menekankan pentingnya tidak merugikan atau menyakiti pihak lain dalam transaksi. Dengan penerapan harga yang adil, kedua belah pihak akan merasa puas dan tidak ada yang dirugikan dalam proses jual beli.³ Ibnu Taimiyah selalu merujuk pada Al-Quran sebagai sumber hukum utama dalam menetapkan harga. Adapun ayat yang menjadi rujukan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga adalah surat An-nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. an-Nisa:29)

² Irdhayanti, 'Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja)', *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1.1 (2020), pp. 49–59.

³ Anisa Fitri Al Husna, Imam Prawoto, and Rizal Maulana, 'Analisis Penetapan Harga Jual Beli Makanan Pada Sistem Prasmanan Perspektif Prinsip Keadilan Ekonomi Islam', *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2.6 (2024), hlm 01–15.

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT sangat melarang adanya kecurangan yang menyebabkan kerugian dalam kegiatan perniagaan. Ini sejalan dengan pemikiran Ibnu Taimiyah, beliau sangat menentang diskriminasi harga antara pembeli atau penjual yang tidak tahu harga sebenarnya yang berlaku di pasar.⁴

Kotler dan Armstrong (1996) menyatakan bahwa minat beli adalah keinginan konsumen untuk membeli produk berdasarkan pengalaman, yang dalam konteks restoran tercermin dari ketertarikan untuk datang, melakukan pembelian, dan kunjungan ulang yang dipengaruhi pengalaman, layanan, dan kesesuaian harga, Minat beli konsumen juga menjadi indikator keberhasilan restoran, di mana pengalaman positif meningkatkan kemungkinan pembelian dan rekomendasi, sehingga pengelola perlu memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhinya untuk meningkatkan daya saing.⁵

Mangrove Restoran Apung Bintang merupakan salah satu destinasi kuliner yang menawarkan konsep unik berupa pengalaman bersantap di atas perairan mangrove. Keunikan konsep tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dan berpotensi meningkatkan minat kunjungan. Namun, dalam menghadapi persaingan usaha kuliner, restoran tidak hanya dituntut

⁴ St. Fatima and others, 'Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah', *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.2 (2023), hlm 45–59.

⁵ M M I Mochtar And Others, 'Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman Di Cinema Xxi Manado Town Square The Effects Of Social Media , Payment Method , And Product Quality On Buying Interest Of Food And Beverages In Cinema Xxi Manado Town Square Jurnal Emba Vol . 10 No . 4 Desember 2022 , Hal . 1807-1818', 10.4 (2022), hlm 1807–18.

memiliki konsep yang menarik, tetapi juga perlu menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen.

**Tabel 1.1Jumlah Pengunjung Mangrove Restoran Apung Bintang
Bulan (Agustus–Desember 2025)**

No	Bulan	Pengunjung
1.	Agustus	120
2.	September	90
3	Oktober	70
4	November	60
5	Desember	60
Total		400

Tabel 1.2 Jumlah Menu Terjual dan Total

No	Menu	Jumlah Penjualan	Total Penjualan
1.	Menu 1	167	Rp. 20.040.000
2.	Menu 2	67	Rp. 10.050.000
3.	Menu 3	33	Rp. 3.630.000
4.	Menu 4	33	Rp. 3.630.000
5.	Menu 5	100	Rp. 11.000.000
			Rp. 48.350.000

Berdasarkan data pengunjung Mangrove Restoran Apung Bintan selama periode Agustus–Desember 2025 (Tabel 1), terlihat adanya fluktuasi jumlah pengunjung. Kunjungan tertinggi terjadi pada bulan Agustus sebanyak 120 orang, kemudian menurun pada bulan September menjadi 90 orang. Pada bulan Oktober sebanyak 70 orang, serta pada bulan November dan Desember masing-masing 60 orang. Sementara itu, data penjualan pada Tabel 2 juga menunjukkan variasi jumlah menu yang terjual. Kondisi ini menunjukkan bahwa penjualan tidak selalu mengikuti jumlah pengunjung secara langsung, karena setiap pengunjung memiliki pola pembelian yang berbeda. Dengan demikian, terdapat hubungan antara jumlah pengunjung dan tingkat penjualan, meskipun tidak bersifat sebanding secara mutlak. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan dan penjualan tidak tetap dari bulan ke bulan, yang dipengaruhi oleh faktor harga, persepsi nilai menu, serta preferensi konsumen terhadap menu yang ditawarkan.

Fenomena tersebut, penurunan jumlah pengunjung yang terjadi setiap bulan menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada minat beli konsumen. Kondisi ini dipengaruhi oleh penetapan harga yang relatif tinggi sehingga belum sebanding dengan porsi menu dan manfaat yang diterima konsumen. Akibatnya, restoran menjadi semakin sepi dan jumlah pengunjung terus mengalami penurunan. Oleh karena itu, harga dipilih sebagai fokus penelitian karena menjadi faktor yang paling relevan untuk menjelaskan penurunan minat beli konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat judul skripsi **“pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di mangrove restoran apung kepulauan riau.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam skripsi penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan oleh Mangrove Restoran Apung Bintang ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Mangrove Restoran Apung Bintang ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen tentang harga terhadap minat beli konsumen ?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Bedasarkan permasalahan diatas, rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam skripsi penelitian ini adalah :

1. Tujuan Penelitian:
 - a. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan oleh Mangrove Restoran Apung Bintang.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Mangrove Restoran Apung Bintang.
 - c. Untuk mengetahui bagaimana harga mempengaruhi minat beli konsumen
2. Kegunaan penelitian

a. Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh harga terhadap minat beli konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti hubungan antara harga dan minat beli restoran atau kuliner.

a. Praktis

1. Bagi Restoran Dapat menjadi acuan dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif dan menarik, serta membantu menetapkan kebijakan harga yang tepat dan seimbang dengan kualitas layanan dan porsi yang ditawarkan. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi penulis/ Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penulis maupun peneliti lain dalam menyusun strategi pemasaran atau melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh harga terhadap perilaku konsumen.

D. Kajian Terdahulu

Dalam pembahasan tema skripsi ini, perlu untuk memaparkan literatur yang telah membahas atau menyinggung tema atau pokok

penelitian dalam penelitian skripsi ini, ada beberapa kajian terdahulu yang dipaparkan oleh penulis yaitu :

No	Nama & Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Robby Gunawan (2021) ⁶	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 pada Konsumen UMKM Ikan Lele di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau.	Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel bebas (X) harga dan variabel terikat (Y) minat beli konsumen	Perbedaannya terletak pada variabel penelitian, yaitu penelitian sebelumnya menggunakan dua variabel bebas yakni kualitas produk dan harga (X), sedangkan penelitian ini hanya fokus pada satu variabel bebas (X) harga terhadap minat beli konsumen di Mangrove Restoran Apung Bintan
2.	Siti Mahfiroh (2021) ⁷	<i>Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Brand A.D.E.N Hijab</i>	Persamaanya dengan peneliti sebelumnya sama-sama fokus variabel bebas (X) harga.	perbedaannya, penelitian siti mahfiroh menggunakan 2 variabel bebas (X) yaitu, pengaruh dan promosi. sedangkan penelitian ini hanya fokus

⁶ Robby Gunawan, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen UMKM Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau', 2021.

⁷ Siti Mahfiroh, *Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Brand A.D.E.N Hijab* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mitra Indonesia, 2022), hlm 1-41.

				pada satu variabel bebas (X) harga terhadap minat beli konsumen di mangrove restoran apung bintang
3.	Nila Fitri (2024). ⁸	Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Sam Bicycle Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah	Persamaanya dengan peneliti sebelumnya sama-sama fokus variabel bebas (X) harga.	Perbedaanya dengan peneliti sebelumnya pada variabel terikat (Y) penelitian nila fitri fokus pada volume penjualan pada toko sam bicycle, dan penelitian ini fokus pada minat beli konsumen di mangrove restoran apung bintang

Berdasarkan tiga penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) pada fokus variabel dan objek penelitian. Penelitian sebelumnya umumnya mengkaji pengaruh harga yang dikombinasikan dengan variabel lain, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi. Sementara itu, penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel harga terhadap minat beli konsumen pada Mangrove Restoran Apung Bintang. Selain itu, objek penelitian yang digunakan juga berbeda dengan penelitian sebelumnya sehingga diharapkan dapat memberikan

⁸ Nila Fitri Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Sam Bicycle Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (2024), hlm 1-72.

temuan yang lebih spesifik mengenai pengaruh harga terhadap minat beli konsumen.

E. Kerangka Teori

1. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Dalam strategi harga, harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi berbagai kegiatan perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Namun demikian, hal tersebut seringkali menghadapi kendala yang berkaitan dengan kebijakan penetapan harga yang ditetapkan oleh produsen.⁹
2. Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk atau merek, serta melakukan tindakan yang berkaitan dengan proses pembelian. Minat beli ini dapat diukur melalui tingkat kemungkinan konsumen dalam melakukan pembelian.¹⁰

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini bertujuan untuk mempermudah proses penelitian bagi peneliti dan pembaca dengan menguraikan masing-masing komponen. Berikut ini adalah pokok pembahasan pada masing-masing bab, yaitu:

⁹ M Noorman Mulyadi, 'Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba', 10.3 (2022), pp. 511–18, doi:10.37641/jimkes.v10i3.1539.

¹⁰ Romaryo Parinussa, Andrie Ch. Salhuteru, and Victor R. Pattipeilohy, 'Jurnal Administrasi Terapan Vol 2, No. 1, Maret 2023', *Jurnal Administrasi Terapan*, 2.1 (2024), pp. 232–39.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian dan kajian terdahulu, kerangka teori, serta sistematika penulisan

BAB II: KONSEP TEORITIS DAN OPERASIONAL VARIABLE

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian seperti pengertian, factor, jenis dan nilai-nilai serta indikator yang digunakan dalam penelitian, hipotesis yang ada, dan operasional variabel dalam penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, serta menjelaskan populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, dan menjelaskan teknik pengumpulan data yang digunakan, serta bagaimana teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjau umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan terkait kesimpulan dan saran yang ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adedi Abdurahim, Fauziah Septiani, 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Jasa Fotografi Dan Videografi Whitetalk Picture Di Bogor', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3.8 (2025), pp. 448–57
- Agan Priam Bagus, 'Pola Pikir, Variabel Dan Hubungan Variabel', *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2.9 (2024), pp. 520–29
- Amri Nasution, M., 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan', *Jurnal Warta Edisi* 59, 2019
- Anisa Fitri Al Husna, Imam Prawoto, and Rizal Maulana, 'Analisis Penetapan Harga Jual Beli Makanan Pada Sistem Prasmanan Perspektif Prinsip Keadilan Ekonomi Islam', *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2.6 (2024), pp. 01–15, doi:10.61132/santri.v2i6.948
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D', *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023), pp. 1–9
- Arjuniadi, Arjuniadi, and Miftahul Jannah, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Honda Merek Scoopy Di Kecamatan Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya', *Jurnal Ekobismen*, 2.2 (2022), pp. 34–48, doi:10.47647/jeko.v2i2.592
- Di, Konsumen, U D Rendah, and Hati Kecamatan, 'PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI', 5 (2022), pp. 125–32
- F.Tamengkel, Cindy Magdalena GunarsihJ.A.F., and KalangiLucky, 'Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang', *Productivity*, 2.1 (2021), pp. 70–72
- St. Fatima, Moh. Yasin Soumena, St. Nurhayati, Ikhsan Gasali, and A. Rio Makkulau, 'Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah', *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.2 (2023), pp. 45–59, doi:10.35905/rikaz.v2i1.6698
- Gunawan, Robby, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen UMKM Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau', 2021
- Haifa, Nurul Melani, Indah Nabilla, Virida Rahmatika, and Rully Hidayatullah, 'Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang Berubah Tergantung Situasi Tertentu . (Arib , M . F . , Dkk , 2024)', : : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2.2 (2025), pp. 256–70
- Harlan, Johan, 'Analisis Linear Sederhana', *Analisis Regresi Linear*, 2018, pp. 1–129

- Imelda Aprileny, Inka Imalia, and Jayanti Apri Emarawati, 'Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di GRAND NUSA INDAH Blok j, Cileungsi Pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL)', *Ikraith-Ekonomika*, 2.3 (2021), pp. 243–52
- Irdhayanti, 'Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja)', *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1.1 (2020), pp. 49–59
- Kamariah, 'Ekonomi Mikro: Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Ibnu Khaldun', *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 2 (2022), pp. 17–33
- Kelompok, B, Paud Assalam, Muara Bangkahulu, and Kota Bengkulu, 'Delrefi D.', 3.1 (2018), pp. 11–17
- Kewarganegaraan, Jurnal, Ovan Yuli Sukmaraga, Eka Prayudhista, Program Studi, D-iv Manajemen Transportasi, Sekolah Tinggi, and others, 'Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Maskapai Lion Air Di Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo', 6.2 (2022), pp. 4883–93
- Loliyana Rina, Hadi Misran, and Meidasari Evi, 'Pengaruh Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi (Pada PT. Nisan Abadi Jaya', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4.1 (2023), pp. 65–74
- Mayer, RE (2005)., 'Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia. Dalam RE Mayer (Ed.), Buku Pegangan Pembelajaran Multimedia Cambridge (Hlm. 31–48). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816819.004>', *Buku Pegangan Pembelajaran Multimedia Cambridge (Hlm. 31–48). Cambridge University Press.*, 1 (2005), pp. 31–48
- Mochtar, M M I, S L Mandey, J J Pondaag, Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, and D A N Kualitas Produk, 'TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN DI CINEMA XXI MANADO TOWN SQUARE THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA , PAYMENT METHOD , AND PRODUCT QUALITY ON BUYING INTEREST OF FOOD AND BEVERAGES IN CINEMA XXI MANADO TOWN SQUARE Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Desember 2022 , Hal . 1807-1818', 10.4 (2022), pp. 1807–18
- Mohammad, Rofiudin, Shabry Moh, and Juniarsa Nurhahja, 'Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya', *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19 (2022), pp. 725–26
- Mulyadi, M Noorman, 'Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba', 10.3 (2022), pp. 511–18, doi:10.37641/jimkes.v10i3.1539

- Nduru, Iman Berkat, Hosra Afrizoni, Fakultas Ekonomi, and Universitas Ekasakti, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Konsumen Pada Caffé Blend Padang Minat Beli', 2.4 (2024), pp. 353–65
- Nova Ariyanti, Marleni, Mega Prasrihamn, 'Jurnal Pendidikan Dan Konseling', *Jurnal Pendidikan Konseling*, 4.4 (2022), pp. 1450–55
- Octaviane, Adinda Shabrina, Silviyana Silviyana, Rega Ardian, and Vicky F. Sanjaya, 'Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Pelita Manajemen*, 2.02 (2023), pp. 111–17, doi:10.37366/jpm.v2i02.3123
- Parinussa, Romaryo, Andrie Ch. Salhuteru, and Victor R. Pattipeilohy, 'Jurnal Administrasi Terapan Vol 2, No. 1, Maret 2023', *Jurnal Administrasi Terapan*, 2.1 (2024), pp. 232–39
- Penyusun, Tim, Buku Pedoman, and Penulisan Skripsi, 'Buku Pedoman Penulisan Skripsi STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau', 2022, p. 16
- Sosial, Jurnal Ilmu, 'Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha NMAX Di Kota Bandung)', 1.1 (2020), pp. 24–38
- Sulistiyowati, Wiwik, 'Buku Ajar Statistika Dasar', *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14.1 (2017), pp. 15–31, doi:10.21070/2017/978-979-3401-73-7
- Sundari, Eva, *Strategi Pemasaran* (Penerbit UIR Press, 2024)
- Sundari, Rina, 'Meningkatkan Minat Beli Produk Online Shop Shopee Melalui Celebrity Endorser', *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1.3 (2022), pp. 226–34, doi:10.35446/bisniskompetitif.v1i3.1194
- Suryani, Ita, 'Strategi Public Relations PT Honda Megatama Dalam Customer Relations', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1.2 (2022), pp. 297–303
- Tsaniya, Rizqy, Ni Luh, and Wayan Sayang, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt', 5.1 (2022), pp. 32–39

