

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA
PROGRAM STUDI: EKONOMI ISLAM
DAFTAR NOMOR:

ABSTRAKSI
SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : ARLINDA NIDIA CORINNA

NIM : 041411431104

TAHUN PENYUSUNAN : 2018

JUDUL :

Penentuan Harga Sepihak Dalam Pasar: Studi Kasus Mengenai Keridhaan (*Antaradin*) Konsumen Mengeluarkan Uang Lebih di *Modern Market*

ISI :

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola perilaku konsumsi generasi millennial terhadap produk fashion menurut perspektif Monzer Kahf , dengan mengambil kasus dari Mahasiswi Universitas Airlangga

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus deskriptif. Studi kasus adalah suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok, atau situasi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada informan dalam penelitian ini sebagai kunci utama yaitu beberapa mahasiswi Universitas Selain itu wawancara juga dilakukan dengan beberapa informan lain selaku konsumen sebagai proses *triangulasi*.

Hasil yang diperoleh adalah pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh *modern market* secara umum telah sesuai dengan kaidah jual beli dan penetapan harga dalam Islam ternyata menimbulkan keridhaan pada pihak pembeli. Hal ini dapat terjadi bentuk di *modern market* sesuai dengan beberapa indikator yang mencerminkan adanya keridhaan (*antaradin*) konsumen dengan mengeluarkan uang lebih di *modern market* karena merasa nyaman, puas, dan timbul adanya loyalitas dalam bertransaksi.

Kata kunci: Penetapan harga, *modern market*, keridhaan, *antaradin*.

MINISTRY OF EDUCATION AND CULTURE
 FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS AIRLANGGA UNIVERSITY

STUDY : ISLAMIC ECONOMIC

NO. LIST :

ABSTRACT
THESIS OF ISLAMIC ECONOMIC BACHELOR

NAME : DITA ANNISA PUTRI

NIM : 041411431078

IN PREPARATION : 2018

TITLE :

Penentuan Harga Sepihak dalam Pasar: Studi Kasus Mengenai Keridhaan (*antaradin*) Konsumen Mengeluarkan Uang Lebih di *Modern Market*

CONTENTS :

The purpose of this study is was determine how indicator the pleasure of consumers when paying more in the *modern market*.

The research method used is qualitative approach with descriptive case study. The case study is a qualitative research trying to find meaning, to investigate the process and gain a deep insight and understanding of individual, group, or situation. The data was collected by distributing questionnaires and interviewing to informants as represents five modern market in Surabaya. In addition, interviews were also conducted with several other informants as a consumer as a triangulation process.

The result is there is no application of pricing according to Islam, but in some ways it is in accordance with the rules of buying and selling in Islam. So that it can produce results in the form of pleasure (*antaradin*) on consumers, consumers who have pleasure paying more in the modern market because comfortable, satisfied, and arised loyalty in the transaction.

Keywords: pricing, modern market, pleasure, antaradin.

وزارة البحوث التكنولوجية والتعليم العالية

كلية الإقتصادية و الاتجارية جامعة إيرلانغا

شعبة : الإقتصاد الإسلامي

رقم التسجيل :

الملخص

بحث علمي خريج الإقتصاد الإسلامي

اسم : ديتا النساء بوتري

رقم القيد : 041411431078

سنة الإعداد : 2018م

الموضوع:

تحديد سعر وحيد الجانب في السوق: دراسة الحالة عن تراض المستهلك لإخراج الفلوس أكثر في الماركت الحديث.

المحتويات:

يهدف هذا البحث إلى معرفة مؤشرات تراض المستهلك حينما يدفع المستهلك أكثر في الماركت الحديث.

منهج البحث المستخدم هو المدخل النوعي بدراسة الحالة الوصفية. دراسة الحالة هي البحث النوعي يحاول أن يجد المعنى، ويبحث في العملية، ويكتسب التعريف والتفاهم العميق في ذات أو مجموعة أو وحالة. قامت الباحثة جمع البيانات بالمقابلة مع المخبرين. وكانوا أطرافاً من خمسة ماركت حديثة في سورابايا. بجانب ذلك، قامت المقابلة مع المخبرين كمستهلك لعملية المثلثات.

تدل نتيجة البحث على أن تطبيق تحديد السعر قامه المماركت الحديث عامة يناسب بقاعدة الشراء والبيع. وتحديد السعر في الإسلام يجعل المستهلك راضياً. هذا يجري كذلك لأن شكل الماركت الحديث يناسب ببعض المؤشرات تعكس وجود تراض المستهلك لإخراج الفلوس أكثر في الماركت الحديث لأن المستهلك يكون راضياً وكذلك دافئاً ومخلصاً في التعامل في الماركت الحديث.

الألفاظ المهمة: تحديد السعر، الماركت الحديث، تراض، عن تراض.