

ABSTRAK

Umul Muzarroah. NIM 1320210018, *Persepsi Masyarakat Muslim Mengenai Sales Produk Elektronik dalam Pengambilan Keputusan Pembelian di Desa Jatisari Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati. Skripsi Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Syariah (ES) STAIN KUDUS, 2017.*

Persepsi merupakan proses dimana seseorang memperoleh stimulus atau rangsangan dari lingkungannya dan emosi sehingga menjadi sesuatu yang bermakna dan menimbulkan respon tertentu. Kaitannya persepsi dengan keputusan pembelian, persepsi masyarakat terhadap *sales* sangat memengaruhi minat masyarakat untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan. Jika persepsi masyarakat terhadap *sales* maupun produk yang ditawarkan baik, maka respon yang diberikan masyarakat juga baik dan kemungkinan akan melakukan pembelian akan semakin besar. Begitu pula sebaliknya, jika persepsi masyarakat kurang baik, maka akan menjadikan tidak adanya keputusan pembelian karena tidak ada kepercayaan dari masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Persepsi masyarakat biasanya ditentukan oleh beberapa kondisi atau dimensi, seperti produk yang ditawarkan, kepercayaan terhadap *sales*, dan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri. Hal ini akan memicu masyarakat untuk memiliki persepsi yang berbeda-beda karena faktor yang memengaruhi juga berbeda.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui persepsi masyarakat mengenai *sales* produk elektronik sehingga memengaruhi keputusan pembelian masyarakat terhadap produk yang dijual. Jenis pendekatan *field reseach* yang bersifat deskriptif dan metode yang digunakan adalah observasi, wawancara (*interview*) dan dokumentasi yang menganalisis tentang persepsi masyarakat mengenai *sales* produk elektronik dalam pengambilan keputusan pembelian. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif secara interkatif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas. Analisis data dalam penelitian ini taitu reduksi data, dan verifikasi pengumpulan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat muslim desa Jatisari memiliki persepsi yang berbeda mengenai *sales*. Ada yang beranggapan bahwa *sales* adalah orang yang baik, sopan serta jujur. Namun ada pula masyarakat muslim yang beranggapan bahwa *sales* adalah orang yang tidak jujur karena apa yang dijelaskan tidak sesuai dengan apa yang dijual. Sedangkan faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat muslim desa Jatisari mengenai *sales* dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu faktor *perceiver* yang dibentuk dari komponen: *interest* (minat dan kepentingan) dan *experience* (pengalaman), faktor target yang dibentuk dari komponen : *novelty* (sesuatu yang baru) serta faktor situasi dibentuk dari komponen *social setting* (pengaturan sosial) dan *time* (waktu).

Kata kunci : Persepsi, Sales, Keputusan Pembelian.