

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Persepsi

##### 1. Pengertian Persepsi

Pengertian persepsi menurut beberapa ahli, diantaranya yaitu:

- 1) Menurut Kotler dan Keller, persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menterjemahkan masukan dari suatu informasi untuk mewujudkan gambaran dunia yang lebih berarti.<sup>1</sup>
- 2) Menurut Assael, persepsi adalah proses yang digunakan pada setiap individu untuk memilih, menggolongkan, mengaplikasikan masukan-masukan mengenai informasi supaya mereka memilih suatu pemahaman yang lebih berarti untuk dirinya.<sup>2</sup>
- 3) Menurut Setiadi, persepsi adalah proses yang muncul akibat adanya suatu sensasi, yang mana pengertian sensasi adalah suatu aktifitas merasakan ataupun penyebab suatu keadaan emosi yang menyenangkan.<sup>3</sup>

Kesimpulan dari beberapa pengertian di atas yaitu persepsi adalah proses seseorang untuk memilih, mengartikan, dan mengaplikasikan informasi yang telah didapat dari sekitar.

---

<sup>1</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), 179.

<sup>2</sup>Ibid, 179

<sup>3</sup>Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenda Media, 20013), 91.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Walgito, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi ada dua macam diantaranya:

- 1) Faktor internal, diantaranya latar belakang pendidikan, psikologis seseorang, panca indera, pusat syaraf, pribadi seseorang, pengalaman penerimaan diri, dan keadaan seorang individu diwaktu tertentu.
- 2) Faktor eksternal, diantaranya ukuran dan penempatan objek stimulus, warna dari sebuah objek, hal yang unik dan kontras stimulus, kadar dan kekuatan stimulus, gerakan atau motion.<sup>4</sup>

## 3. Dimensi/Indikator Persepsi

Menurut Assael, dimensi/indikator persepsi dibagi menjadi tujuh, diantaranya:

- 1) Kinerja, terdapat berbagai karakteristik operasional utama pada produk, seperti kenyamanan.
- 2) Pelayanan, yaitu cara memberikan pelayanan kepada konsumen.
- 3) Ketahanan, yaitu sesuatu yang menunjukkan daya tahan produk tersebut.
- 4) Keandalan, yaitu konsistensi yang dihasilkan oleh produk dari satu pembelian, kemudian melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut dan merasakan kepuasan yang sama, maka produk itu dikatakan memiliki keandalan.

---

<sup>4</sup>Jalaludin Rachmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2001), 55.

- 5) Karakteristik produk, yaitu fitur-fitur yang dapat membedakan produk dari produk pesaingnya, dan fitur tersebut menjadi nilai lebih menurut pandangan konsumen.
- 6) Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu pandangan mengenai kualitas produk yang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan dan teruji.
- 7) Hasil, yaitu sesuatu yang menunjukkan *image* perusahaan dari hasil akhir sebuah produk.<sup>5</sup>

#### 4. Persepsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Persepsi merupakan proses pemahaman dan pemberian makna pada suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus datang dari luar tubuh secara langsung yang mengenai alat indera (*reseptor*).<sup>6</sup>

Allah swt. berfirman dalam surah Al-An'am ayat 7 yang berbunyi:

وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالُوا أَالَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا سِحْرٌ مُّبِينٌ

Artinya: “Dan kalau Kami turunkan kepadamu tulisan di atas kertas, lalu mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri, tentulah orang-orang kafir itu berkata: "Ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata". (QS. Al-An'am: 7)<sup>7</sup>

Ayat di atas menjelaskan mengenai kemampuan indera manusia yang dapat merespon adanya sentuhan terhadap dirinya. Allah Swt telah

<sup>5</sup>Arina Wahyuni, *Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani di re-share Rabbani Blitar*, Skripsi STAIN Kediri, 2017. 15-17.

<sup>6</sup>Syahid, *Persepsi Pandangan Al-Qur'an*, diakses dari <https://syahid14.wordpress.com/2017/05/28/persepsi-pandangan-al-quran-oleh-ahmad-syahid/>, diakses pada tanggal 27 Maret 2021 pukul 20.23

<sup>7</sup>QS. Al-An'am ayat 7

menciptakan manusia dengan segala keistimewannya, salah satunya yaitu proses dan fungsi persepsi yang lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk yang lainnya.

Allah swt. Juga telah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Sajdah ayat 9 yang berbunyi:

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ ۗ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مِمَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: “Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati; (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur.” (QS. Al-Sajdah: 9)<sup>8</sup>

Ayat di atas menunjukkan bahwa Allah swt. telah menciptakan umat manusia dengan menyempurnakan indera pendengaran, penglihatan dan hati untuk menerima rangsangan dan informasi dari lingkungan sekitar yang akan menimbulkan adanya persepsi.

Ayat lain yang membahas mengenai persepsi yaitu Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 12 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِمَّنْ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَ لَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah

<sup>8</sup>QS. Al-Sajdah ayat 9

kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.” (Al-Hujurat: 12)<sup>9</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita harus menjauhi prasangka buruk terhadap seseorang dan senantiasa untuk selalu berprasangka baik (husnudzon) terhadap orang lain. Persepsi selain diartikan pada bagian panca indera, istilah lain menyebutkan bahwa persepsi ialah sebuah pandangan, baik pandangan terhadap seseorang, suatu benda maupun hewan. Berburuk sangka merupakan perbuatan yang tidak disukai oleh Allah Swt. selain itu, sikap berburuk sangka akan membuat kita merasa tidak tenang karena selalu diselimuti oleh pikiran-pikiran negatif. Oleh karena itu, kita haruslah selalu berbaik sangka (husnudzon) agar hidup selalu tenang dan terhindar dari siksa Allah Swt yang telah diperingatkan kepada seluruh umat islam.

Persepsi memiliki beberapa indikator, diantaranya kinerja, pelayanan, ketahanan, keandalan, karakteristik produk, kesesuaian dengan spesifikasi, dan hasil. Untuk melaksanakan kegiatan operasional, seorang pengusaha harus mengutamakan kenyamanan dari konsumen, mulai dari pelayanan yang ramah hingga memberikan spesifikasi yang sesuai dengan kondisi produk, hal ini sesuai dengan ajaran dalam islam mengenai sopan santun dan kejujuran. Pelayanan yang ramah, sopan dan mengutamakan kejujuran akan membuat konsumen merasa nyaman berbelanja pada toko tersebut dan memiliki persepsi serta loyalitas yang baik pada produk.

---

<sup>9</sup>QS. Al – Hujurat ayat 12

## B. Keputusan Pembelian

### 1. Pengertian Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian menurut beberapa ahli, diantaranya yaitu:

- 1) Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian adalah tahapan pada proses pengambilan keputusan ketika konsumen sudah membeli suatu produk.<sup>10</sup>
- 2) Menurut Boyd Walker, keputusan pembelian adalah kegiatan seseorang untuk melakukan penyelesaian masalah pada kegiatan membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>11</sup>
- 3) Menurut Schiffman dan Kanuk, keputusan pembelian adalah keputusan seseorang dalam memilih salah satu dari beberapa pilihan yang ada.<sup>12</sup>

Kesimpulan dari beberapa pengertian diatas, keputusan pembelian adalah proses seseorang dalam memilih untuk membeli suatu produk yang sedang dibutuhkan ataupun yang diinginkan.

---

<sup>10</sup>Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prehalindo, 2001)

<sup>11</sup>Boyd I. Walker, *Manajemen Pemasaran terjemah Imam Nurmawan*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 123.

<sup>12</sup>Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh terjemahan Zoelkifli Kasip*, (Jakarta: Indeks, 2002), 437.

## 2. Peran Keputusan Pembelian

Peran dalam keputusan pembelian dibagi menjadi 5 (lima), diantaranya yaitu:

- 1) Pencetus, yaitu seseorang yang pertama kali mencetuskan gagasan untuk membeli suatu produk dan jasa.
- 2) Pemberi pengaruh, yaitu seseorang yang mempengaruhi orang lain melalui pendapatnya.
- 3) Pengambilan keputusan, yaitu seseorang yang mengambil keputusan untuk membeli ataukah tidak membeli terhadap suatu produk maupun jasa.
- 4) Pembeli, yaitu seseorang yang melakukan suatu pembelian.
- 5) Pemakai, yaitu seseorang yang memakai suatu produk atau jasa tertentu.

## 3. Jenis Keputusan Pembelian Konsumen

Kategori jenis keputusan pembelian ada 4 (empat), diantaranya yaitu:

- 1) Apakah seorang konsumen mempunyai keterlibatan yang tinggi ataukah rendah.
- 2) Apakah seorang konsumen memiliki keterlibatan pada pencarian informasi.
- 3) Evaluasi terhadap merk secara mendalam.
- 4) Melaksanakan pengambilan keputusan secara teratur.

#### 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu:

##### 1) Faktor Budaya

Faktor ini mempunyai pengaruh yang sangat luas terhadap keputusan pembelian konsumen. Karena, faktor kebudayaan ini memiliki nilai-nilai dasar yang dianut oleh sebagian masyarakat dan dijadikan dasar berperilaku.

##### 2) Faktor Sosial

Faktor ini terdapat adanya interaksi sosial yang berasal dari lingkungan sekitar masyarakat yang mengakibatkan perilaku konsumen terbangun.

##### 3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi menginterpretasikan ciri khas pembeda dan identitas seseorang menurut pandangan orang lain dalam waktu yang sangat lama.

##### 4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis berasal dari dalam diri seseorang dan dapat menjadi penentu perilaku seseorang dalam mengonsumsi dan memilih produk yang ingin dibeli.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*, (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 202.

## 5. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahapan yang dilalui oleh konsumen, diantaranya yaitu:<sup>14</sup>

### 1) Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan merupakan kesadaran dari konsumen mengenai kebutuhan pada suatu produk.

### 2) Pencarian Informasi

Sumber informasi konsumen diantaranya adalah sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik, dan sumber pengalaman.

### 3) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif diantaranya yaitu menetapkan tujuan dilakukannya pembelian dan menilai atau menyeleksi alternatif yang ada berdasarkan tujuan pembelian.

### 4) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian meliputi apa yang akan dibeli, memutuskan untuk membeli atau tidak, waktu pembelian, lokasi pembelian, dan terakhir bagaimana cara pembayaran.

### 5) Perilaku Pasca Pembelian

Pada tahap ini konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak adanya kepuasan.

---

<sup>14</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2008), 184-190.

## 6. Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Keputusan pembelian adalah tindakan dari seseorang untuk memutuskan membeli suatu produk. Seorang muslim harus mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan suatu pembelian, salah satunya yaitu barang yang dibeli haruslah halal dan membeli barang secukupnya sesuai dengan kebutuhan serta tidak berlebih-lebihan. Allah Swt berfirman dalam surah Al-Furqan ayat 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”. (QS. Al-Furqan:67)<sup>15</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa sebagai umat muslim kita hendaklah membelanjakan harta dengan sewajarnya, tidak berlebihan dan tidak kikir, tetapi membelanjakan harta secukupnya sesuai dengan kebutuhan.

Proses pembelian juga harus berdasarkan rela sama rela melalui akad jual beli yang sah. Hal ini terdapat pada surah An-Nisa’ ayat 29 yang berbunyi:

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

<sup>15</sup>QS. Al-Furqan ayat 67

perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa’: 29)<sup>16</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa seorang yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya serta menjalankan syariat-Nya, maka tidak halal baginya memakan harta dengan cara yang bathil. Oleh karena itu, seseorang dalam memindahkan harus berdasarkan akad yang jelas melalui jual beli yang saling ridho satu sama lain dan tidak melanggar syariat-syariatNya.

Ayat-ayat diatas mengandung makna bahwa seorang muslim diperbolehkan untuk melakukan jual beli dengan cara yang benar dan halal sesuai dengan syariat islam serta hendaklah membelanjakan hartanya sesuai dengan kebutuhan dan tidak dilakukan secara berlebihan. Allah swt. juga telah menegaskan hal tersebut dalam surah Al-Israa’ ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طٰٓئِفَةٌ لِّرَبِّهِمْ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (QS. Al-Israa’:27)

Ayat diatas menerangkan secara jelas bahwa pemborosan adalah suatu sifat yang tidak baik. Pemborosan merupakan salah satu perbuatan tercela yang dapat menghambat suatu kebaikan karena akan memicu

---

<sup>16</sup>QS. An-Nisa’ ayat 29

sifat-sifat tercela lainnya seperti kikir, tamak dan sombong. Bahkan seseorang yang melakukan suatu pemborosan di dalam Al-qur'an diumpamakan sebagai saudara dari setan dan merupakan perbuatan yang sangat ingkar kepada Allah swt.

Keputusan pembelian memiliki beberapa indikator yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku konsumen sesudah pembelian. Sebelum melakukan pembelian sebaiknya konsumen memilah antara barang keinginan dan kebutuhan agar tidak terjadi pemborosan seperti yang telah diterangkan pada ayat-ayat di atas. Selain menghindari sifat pemborosan, untuk melakukan pembelian juga harus memperhatikan sumber informasi halal dan haramnya suatu barang, proses transaksi juga harus sesuai dengan syariat-syariat islam yang sudah tertulis dalam al-qur'an.

### C. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Assael, persepsi adalah proses yang digunakan pada setiap individu untuk memilih, menggolongkan, mengaplikasikan masukan-masukan mengenai informasi supaya mereka memilih suatu pemahaman yang lebih berarti untuk dirinya.<sup>17</sup> Diri kita akan memproses dan mengaplikasikan masing-masing dari respon sensorik panca indera, jadi seseorang akan bertindak sesuai dengan apa yang telah mempengaruhi pandangannya mengenai situasi tertentu.<sup>18</sup>

Konsumen melakukan keputusan pembelian sangat ditentukan oleh faktor psikologis seperti pendirian, keyakinan dan keterbukaan seseorang dalam menerima masukan dan mengevaluasi untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Jika seorang konsumen memiliki persepsi yang baik mengenai suatu produk, maka konsumen akan melakukan suatu keputusan pembelian pada produk tersebut. Oleh karena itu, untuk menumbuhkan rasa percaya dan persepsi yang baik bagi konsumen, perusahaan harus mengembangkan usahanya dengan jujur, adil, dan tanggung jawab.

Perusahaan harus menjalankan usahanya dengan jujur sesuai dengan firman Allah Swt. yang terdapat dalam surah Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

---

<sup>17</sup>Ibid, 179

<sup>18</sup>Ibid, 179.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (QS. Al-Anfal: 27)<sup>19</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai orang yang beriman haruslah menjadi orang yang jujur dan amanah. Nilai-nilai yang terpenting dalam bisnis salah satunya adalah kejujuran, karena kejujuran merupakan karakteristik yang menonjol dalam diri seseorang. Apabila pengusaha menjalankan bisnisnya dengan jujur, maka akan tumbuh rasa percaya pada konsumen yang akan memunculkan evaluasi persepsi yang baik terhadap usaha maupun produknya.

Selain kejujuran, hal penting lain yang harus ada dalam menjalankan usaha adalah keadilan, seperti firman Allah Swt. yang terdapat dalam surah Al-An’am ayat 152 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ  
بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ  
أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصْنَكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.” (QS. Al-An’am: 152)<sup>20</sup>

<sup>19</sup>QS. Al-Anfal ayat 27

<sup>20</sup>QS. Al-An’am ayat 152

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita haruslah bersikap adil. Keadilan menjadi salah satu nilai dasar dalam perekonomian, sebuah produk haruslah sesuai dengan klaim yang diperkenalkan kepada konsumen, sehingga konsumen akan memiliki persepsi yang baik dan sesuai dengan harapannya. Konsumen juga akan merasa tidak ada unsur penipuan maupun manipulasi pada produknya.

Kejujuran dan keadilan menjadi pondasi kunci untuk menjalankan sebuah bisnis untuk mendapat kepercayaan dan persepsi yang baik bagi konsumen, namun selain itu tanggung jawab juga menjadi hal terpenting dalam sebuah bisnis. Allah Swt. berfirman dalam surah Al-Mudatsir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.” (QS. Al-Mudatsir: 38)<sup>21</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai manusia akan mempertanggungjawabkan segala tindakan yang sudah diperbuat. Tanggung jawab adalah suatu kesadaran seseorang mengenai perbuatan yang telah dilakukan. Tanggung jawab menjadi salah satu bagian hidup dari setiap orang, sehingga tanggung jawab merupakan salah satu sifat kodrati. Apabila seseorang tidak mau untuk bertanggungjawab atas apa yang telah diperbuatnya, maka pihak lain lah yang akan memaksanya

---

<sup>21</sup>QS. Al – Mudatsir ayat 38

untuk bertanggungjawab. Pertanggungjawaban ini tidak hanya mencakup urusan dunia dan akhirat, tetapi juga pertanggungjawaban kita sebagai manusia terhadap lingkungan sekitar, pemerintah terhadap rakyatnya, dan pengusaha terhadap produk dan konsumennya, seperti dengan memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harganya atau dengan memberikan waktu garansi kepada konsumen atas produknya.

