

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Bertransaksi di Pasar Maling Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Maling Jl. Wonokromo Surabaya)" ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah tentang apa yang saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen bertransaksi di pasar maling dan bagaimana analisis tinjauan ekonomi islam dalam bertransaksi di pasar maling (Studi Kasus Pasar Maling Jl. Wonokromo Surabaya).

Metode penelitian yang digunakan, mengacu pada pendekatan deskriptif kuantitatif dengan objek penelitian adalah konsumen yang bertransaksi di pasar maling. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pemilihan sampel menggunakan teknik *random sampling* serta analisis menggunakan regresi linier berganda.

Dalam penelitian ini hasil penelitian berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam bertransaksi di pasar maling Surabaya (secara parsial) adalah faktor promosi, sedangkan faktor harga dan produk tidak mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap minat konsumen dalam bertransaksi di pasar maling. Sedangkan secara simultan (bersamaan) Faktor Harga, Produk, dan Promosi tidak mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap minat konsumen dalam bertransaksi di pasar maling. Tinjauan islam dalam transaksi di pasar maling yang dilakukan konsumen, jual beli ini di perbolehkan jika memenuhi syarat-syarat akad jual beli dan ada saling ridha dalam transaksi di pasar maling. Akan tetapi dalam transaksi pasar maling terdapat transaksi *gharar* dan *tadlis* yang tidak di perbolehkan dalam islam. .

Kata Kunci: Minat Konsumen, Transaksi, Pasar Maling.

ABSTRAC

Thesis with the title "Factors Affecting Consumer Interest Transacting in the Market Turning Islamic Economic Perspectives (Study Case of Thief Market Jl. Wonokromo Surabaya)" This is a research conducted to answer the problem formulation of what factors influence consumer interest in transacting in the thief market and how to analyze Islamic economic reviews in transactions at the thief market (Study Case of Thief Market Jl. Wonokromo Surabaya)

The research method is used to quantitative descriptive approach with the object of research are consumers who transaction in the black market. Sources of data in this study are primary data and secondary data. Sample selection using random sampling technique and analysis using multiple linear regression.

In this study the results of the study based on the discussion can be concluded that: Factors that significantly influence consumer interest in transacting in the Surabaya thief market (partially) are promotion factors, while price and product factors are not able to significantly influence consumer interest in transactions in the thief market . While simultaneously (simultaneously) the factors of price, product and promotion are not able to significantly influence consumer interest in transactions in the thief market. Overview of Islam in transactions in the thief market that is carried out by consumers, this sale and purchase is permitted if it meets the terms of the sale and purchase agreement and there is mutual pleasure in transactions in the thief market. However, in thieves there are gharar and tadbis transactions that are not permitted in Islam.

Keywords: Consumer Interest, Transactions, Thief Market