



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
PUPUK BERSUBSIDI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN KELOMPOK TANI PUDUN JAE**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**RORON HOIRON ANSORI HARAHAHAP
NIM. 16 402 00041**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

2021



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PUPUK
BERSUBSIDI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA KELOMPOK TANI PUDUN JAE**

SKRIPSI


*Diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat
mencapai gelar sarjana ekonomi (SE)
dalam bidang ekonomi syari'ah*

Oleh

RORON KHOIRON ANSORI HARAHAP

NIM. 1640200041

PEMBIMBING I


Dr.H. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

PEMBIMBING II


Hamri Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303 172018 01 2 001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Roron Khoiron Ansori Harahap**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 5 November 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Roron Khoiron Ansori Harahap** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Pudun Jae**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. H. Arbanur Rasvid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

PEMBIMBING II

Hamni Fadilah Nasution, M. Pd.
NIP. 198303172018 01 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : RORON KHOIRON ANSORI HARAHAH
NIM : 16 402 00041
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah IE-1
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Pudun Jae


Ketua

Sekretaris

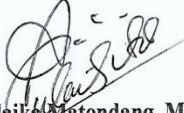

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004



Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001


Zulaiha Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302


Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa / 7 Desember 2021
Pukul : 14.00 WIB – 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 75 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,27
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
PUPUK BERSUBSIDI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA KELOMPOK TANI PUDUN JAE**
NAMA : RORON KHOIRON ANSORI HARAHAP
NIM : 16 402 00041

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 23 Desember 2021
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **RORON KHOIRON ANSORI HARAHAP**
NIM : 16 402 00041
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Pudun Jae”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 25 Oktober 2021
Yang menyatakan,




RORON KHOIRON ANSORI HARAHAP
16 402 00041

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **RORON KHOIRON ANSORI HARAHAP**
NIM : 16 402 00041
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Pudun Jae**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.



Padangsidempuan, 09 November 2021
Saya yang Menyatakan,

RORON KHOIRON ANSORI HARAHAP
16 402 00041

ABSTRAK

Nama : RORON HOIRON ANSORI HARAHAAP

NIM : 16 402 00041

Judul Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Pudun jae

Minat beli merupakan suatu perilaku konsumen sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan barang dan jasa. Sebagian kelompok tani pudun jae lebih memilih pupuk non-subsidi meski pupuk subsidi lebih murah namun banyak petani yang tidak mau menggunakan pupuk tersebut karena petani menganggap pupuk non-subsidi kurang berkualitas. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani pudun jae. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan terhadap minatbeli konsumen pada kelompok tani pudun jae. Kegunaan penelitian ini adalah untuk masyarakat, bagi kelompok tani pudun jae, dan peneliti selanjutnya.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan minat beli konsumen yang meliputi kualitas produk dan harga serta aspek-aspek bagian tertentu. Minatbeli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang produksi. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan model analisis regresi linear berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 61 responden yang diambil dari anggota kelompok tani pudun jae dengan menggunakan rumusan alisis *sampling jenuh*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik angket, kemudian di analisis dengan menggunakan alat bantu statistik *SPSS versi21*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk pupuk bersubsidi diterhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae, ada pengaruh harga pupuk terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae,apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultant erhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae. Jadi hasil penelitian ini adalah minat beli petani di Pudun Jae dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya. Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Pudun Jae”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan

Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Ibu Nurul Izzah, M.Si serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Nofinawati M.A selaku Pembimbing I dan Bapak Aliman Syahuri Zein M.EI selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, SS., S.Ag., M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Bapak Rusdi selaku bendahara di 212 Mart yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa saya ucapkan terima kepada keluarga tercinta (Ayahanda Ahmad Robinsin Harahap dan Ibunda Fatimah Harahap) yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada abang tercinta (Berri ansori Harahap, Ivan Wahyudi Harahap, Sahreza Ramadan Harahap. Dan Nurul Khafiza Harahap) yang senantiasa memberi bantuan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk sahabat peneliti Siti Kholilah, Hasmida Royani Siregar, Suaibathul Aslamiah, Fahma Mentari, Nelly Sulvianna, Ningrum Harahap, Aslamiah Panggabean, Wulan Purnama, Mujahidun Hapisni Pane, Taupik Hidayat Hasibuan, Amri Wandana Tambunan, Ekhsan Yusuf, Panji Ashari Pasaribu, Arif Naldi. dan seluruh sahabat yang selalu memberi semangat dan telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan prodi Ekonomi Syariah 3 Manajemen Bisnis 2 angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan atas dukungan, saran, dan semangat yang kalian sampaikan kepada peneliti.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Ungkapan terima kasih peneliti hanya mampu berdoa semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan rahmat dan karunia dari Allah SWT. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, 04 Agustus 2021

Peneliti,

RORON HOIRON ANSORI HARAHAHAP
NIM. 16 402 00041

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di

			bawah
و...	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/ SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PENULISAN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Defenisi Operasional Variabel	7
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kerangka Teori	12
1. Minat Beli	12
2. Harga	16
3. Kualitas Produk.....	20
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	33
B. Jenis Penelitian	33
C. Poulasi Dan Sampel	33

1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Angket.....	33
2. Dokumentasi	35
3. Wawancara.....	35
E. Teknik Analisis Data.....	36
1. Analisis Deskriptif	36
2. Uji Instrumen	37
a. Uji Validitas	37
b. Uji Reliabilitas	37
c. Uji Normalitas.....	37
3. Uji Asumsi Klasik.....	37
a. Uji Multikolinieritas.....	37
b. Uji Heteroskedastisitas.....	37
c. Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4. Uji Hipotesis	39
a. Uji Koefisien Determinan (Uji R^2)	39
b. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	39
c. Uji Signifikan Simultan (Uji f)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
B. Visi Dan Misi Kelompok Tani Pudun Jae	45
C. Tujuan Dan Fungsi Kelompok Tani Pudun Jae	45
D. Struktur Organisasi Pudun Jae	45
E. Hasil Analisis Data	47
1. Hasil Analisis Deskriptif.....	47
2. Hasil Analisis Instrumen	48
a. Hasil Uji Validitas.....	48
b. Hasil Uji Realibilitas	49
c. Hasil Uji Normalitas	50
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	50
a. Hasil Uji Multikolinieritas	50
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
c. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
4. Hasil Uji Hipotesis	54
a. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	54
b. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	54
c. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f).....	55
F. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	56
G. KETERBATASAN PENELITIAN.....	60
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66

B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel.....	7
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel III.1 Data Kelompok Tani Pudun Jae	31
Tabel III.2 Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel III.3 Kisi-Kisi Angket.....	33
Tabel IV.1 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Tani.....	45
Tabel IV.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel IV.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel IV.4 Uji Analisis Deskriptif	47
Tabel IV.5 Uji Analisis Produk.....	48
Tabel IV.6 Uji Validitas Harga.....	48
Tabel IV.7 Uji Validitas Minat Beli.....	49
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	51
Tabel IV.11 Hasil Uji Hetereskedastisitas	52
Tabel IV.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel IV.13 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinan (R^2).....	54
Tabel IV.14 Hasil Uji Analisis Signifikan Parsial (t)	54
Tabel IV.15 Hasil Uji Signifikan Simultan (f)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Gambar Hipotesis	28
Gambar II.1 Struktur Organisasi Kelompok Tani.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis tidak dapat dihindari. Pasar yang akan menjualkan produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli. Prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.¹

Bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual dinamakan keinginan. Keinginan digambarkan dalam bentuk objek yang akan memuaskan kebutuhan mereka atau keinginan adalah hasrat akan penawar kebutuhan yang spesifik. Masyarakat yang semakin berkembang maka keinginannya semakin luas, tetapi ada keterbatasan dana, waktu, dan ruang sehingga dibutuhkan perusahaan yang bisa memuaskan keinginan sekaligus memenuhi keinginan masyarakat tersebut.²

¹Supranto and Nanda Limakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Jakarta: Mira Wacana Media, 2011), hlm. 1.

²Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama* (Malang: Anggota Ikapi 20011), hlm. 10-11.

Minat adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya.

Subsidi juga disebut subvensi adalah bentuk bantuan keuangan yang dibayarkan kepada suatu bisnis atau sektor ekonomi. Sebagian subsidi diberikan oleh pemerintah kepada produsen atau distributor dalam suatu industry untuk mencegah kejatuhan industry tersebut, misalnya karena operasi merugikan yang harus dijalankan atau peningkatan harga produknya atau hanya untuk mendorongnya mempekerjakan lebih banyak buruh (seperti dalam subsidi upah). Contohnya adalah subsidi untuk mendorong penjualan ekspor, subsidi di beberapa bahan pangan untuk mempertahankan biaya hidup khususnya di wilayah perkotaan, dan subsidi untuk mendorong produksi pertanian dan mencapai swasembada produksi pangan.³

Minat beli pupuk non-subsidi kelompok tani masih sangat besar dibandingkan dengan pupuk bersubsidi meskipun harganya lebih mahal. Padahal pemerintah sudah menyediakan pupuk bersubsidi untuk kelompok tani. Dalam pasal 1 peraturan tentang pupuk bersubsidi pengadaan dan penyalurannya

³ Damri Batubara, "Pandangan Islam Terhadap Subsidi" 2, no.2 (Juli-Desember 2016).hlm.1

mendapatkan subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan petani yang dilaksanakan atas dasar program pemerintah. Distributor dan kios adalah kunci keberhasilan penyaluran pupuk bersubsidi agar bisa sampai ke tangan petani. Pupuk bersubsidi mempunyai memang bermacam jenisnya dan memiliki manfaat tersendiri. Contohnya Urea, terbuat dari campuran gas amoniak dan gas asam arang. Pupuk bersubsidi yang paling banyak diminati petani baik untuk lahan pertanian maupun budidaya.

Hasil wawancara peneliti mewawancarai 4 petani, dimana memiliki pendapat dan jawaban yang berbeda mengenai penggunaan pupuk subsidi dan non-subsidi. mengatakan bahwa pupuk bersubsidi sangat membantu dalam proses pemupukan tanamannya karena pupuk subsidi memiliki harga yang murah dan bagus untuk tanamannya.⁴ Peneliti juga menjumpai kasus dimana ada petani yang tidak mengambil sebagian jatah mereka, Enni Efrida, menjawab dalam satu kelompok sebagian dari mereka mengambil dan sebagian lagi tidak mengambil, saat jatah mereka 50 kg per orang, mereka hanya menebus 15-25 kg saja. walaupun murah mereka terkadang masih saja tidak dapat mengambil banyak pupuk karena faktor ekonomi.⁵

Ahmad Robinson, mengatakan bahwa dia lebih memilih membeli pupuk non-subsidi, karena menganggap penggunaan pupuk non-subsidi lebih bagus

⁴Fatimah Harahap, "Hasil Wawancara Dengan Fatimah Harahap," desember 2020.

⁵Enni Efrida Dalimunthe, "Hasil Wawancara Dengan Enni Efrida Dalimunthe," Desember 2020.

daripada pupuk bersubsidi, meskipun harganya lebih mahal.⁶Lola mengatakan, penggunaan pupuk non-subsidi sangat bagus, namun karena harganya mahal, ibu Lola mencampurkan antara pupuk subsidi dengan non-subsidi sangat bagus, namun karena harganya mahal, ibu Lola mencampurkan antara pupuk subsidi dengan non-subsidi biasanya dengan perbandingan 3:1.⁷ Mayur dalimunte, mengatakan pupuk subsidi sangat membantu petani, namun mereka sering kekurangan karena jatah yang dibagikan ke petani dianggap kurang.⁸

Menurut ekonom Kelvin Lancaster, dalam buku Lia Amaliawati dan Asfia Murni bahwa yang menimbulkan kepuasan bukanlah konsumsi” barang” itu sendiri, contoh sepiring nasi di dalamnya mengandung unsur sekian gram karbohidrat dan protein, pakaian mengandung kehangatan dan kebanggaan, dalam satu buah strawberry mengandung vitamin C dan zat antioksidan, unsur-unsur tersebutlah yang dapat memuaskan konsumen bukan sepiring nasi, sebuah pakaian, dan satu buah strawberry. Setiap konsumen memiliki nilai yang berbeda akan kandungan karakteristik terhadap suatu barang hal ini tidak menjadi masalah, tetapi yang penting adalah sumbu-sumbu yang digunakan untuk menggambarkan *indifference curve* seorang konsumen harus menunjukkan

⁶Ahmad Robinson Harahap, “Hasil Wawancara Dengan Ahmad Robinson Harahap,” Desember 2020.

⁷Lola Harahap, “Hasil Wawancara Dengan Lola Harahap,” Desember 2020.

⁸Mayur Dalimunthe, “Hasil Wawancara Dengan Mayur Dalimunthe,” Desember 2020.

jumlah karakteristik yang dikonsumsi, bukan jumlah “ barang” yang dikonsumsi.⁹

Menurut Yohana dian puspita, faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu harga, inovasi produk, citra merek dan keputusan pembelian. Diantara faktor-faktor tersebut yang paling berpengaruh adalah kualitas produk dan harga. Kualitas produk adalah keadaan produk yang dilandaskan pada evaluasi atas kesesuaian standar ukur yang sudah diterapkan. Harga adalah sejumlah uang atau jasa atau barang yang siap dikorbankan oleh pelanggan guna memperoleh beragam produk dan jasa yang disiapkan penjual.¹⁰

Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa digunakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektifitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Untuk menetapkan harga harus dipertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga, dan kompetisi.¹¹

Ketika seseorang membeli pupuk bersubsidi hal awal yang harus diperhatikan adalah harga kemudian kualitas produk yang akan dibeli, harga dan kualitas produk adalah hal penting bagi konsumen. Penetapan harga pada suatu

⁹Lia Amaliawatilia and Asfis Murni, *Ekonomi Mikro* (Bandung: Refika Aditama, 2012), hlm. 155.

¹⁰Yohana Dian Puspita, *Riset Populer Pemasaran Jilid II* (Jakarta: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 73-75.

¹¹Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 314.

produk haruslah sesuai dan wajar dengan kualitas produk yang ditawarkan. Tingginya harga yang ditawarkan tersebut harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen yang mengkonsumsinya. Harga yang terlalu tinggi akan mempengaruhi minat beli konsumen. Harga yang terlalu tinggi akan membuat konsumen beralih ke produk lain yang sejenis tetapi dengan harga yang lebih murah.

Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. Semakin sesuai standar yang diterapkan, maka semakin berkualitas nilai barang tersebut. Kualitas produk dapat menunjukkan ukuran tahan lama produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, kemudian pengoperasian produk, dan pemeliharaan serta kelengkapan atribut lain yang dinilai.¹²

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari *output* produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen.

¹²Miguna Astuti and Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 6.

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti melihat saat harga pupuk subsidi sudah murah, mengapa masih ada petani yang tidak menebus pupuk subsidi, mengapa masih ada petani yang lebih percaya untuk menggunakan pupuk non-subsidi daripada subsidi. Selain itu, banyak petani yang beranggapan bahwa pupuk non-subsidi memiliki kualitas yang lebih baik daripada subsidi. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kelompok Tani Pudun Jae ”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian dilihat dari minat beli kelompok tani dari segi kualitas barang dan harga pupuk bersubsidi adalah:

1. Sebagian kelompok tani pudun jae lebih memilih pupuk non-subsidi.
2. Pemasokan pupuk di Pudun Jae dirasa kurang dan tidak sesuai dengan kebutuhan pupuk yang dibutuhkan para petani.
3. Meski pupuk subsidi lebih murah namun banyak petani yang tidak mau menggunakan pupuk tersebut.
4. Sebagian petani menganggap pupuk non-subsidi kurang berkualitas.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini berfungsi untuk memfokuskan persoalan ataupun permasalahan yang akan diteliti. Peneliti membatasi masalah

pada tempat yang diteliti yaitu pudun Jae. Peneliti membatasi masalah hanya pada kualitas produk dan harga pupuk bersubsidi.

D. Defenisi Operasioal Variabel

Operasional merupakan penjabaran atau penjelasan mengenai variabel-variabel yang ada, dan juga merupakan penjelasan-penjelasan mengenai variabel-variabel yang menjadi kajian dalam penelitian tersebut dengan tujuan untuk menghindari terjadinya perbedaan penafsiran sehingga perlu di kemukakan defenisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X ₁)	Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya.	1. Kinerja 2. Keandalan 3. Kualitas yang dipersepsikan	Interval
Harga (X ₂)	Sebagai alat tukar untuk menentukan nilai suatu produk atau jasa.	1. Keterjangkauan harga 2. Harga bersaing 3. Harga sebanding dengan produk yang ditawarkan	Interval
Minat Beli (Y)	Kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek etau mengambil tindakan guna berhubungan dengan	1. Minat transaksional 2. Minat refrensional 3. Minat prefensial 4. Minat eksploratif	Interval

	pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.		
--	--	--	--

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae?

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.
2. Untuk mengetahui harga produk terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.

G. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yang berupa:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menjadi tambahan pengetahuan dan bisa menjadi masukan kepada siapa saja.
2. Bagi kelompok tani pudun jae, memberikan informasi tentang kualitas produk dan harga pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen kelompok tani pudun jae sehingga dapat dijadikan bahan acuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar mampu menghadap pesaing yang mencoba merebut konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian diharapkan menjadi informasidan bahan pertimbangan, seberapa pentingnya pupuk bagi petani di Pudun Jae. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide-ide baru untuk penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah proses penelitian dan pemahaman dengan rinci sebagai berikut:

BAB I pendahuluan, terdiri dari Latar Belakang Masalah, Defenisi Operasional Variabel, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Pembahasan, penelitian yang mendasari dilakukannya penelitian mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Kelompok Tani Pudun Jae.

BAB II landasan Teori menysjikan teori-teori yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu, yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Kelompok Tani Pudun Jae. Selain itu juga dibahas hasil Penelitian Terdahulu, Kerangka Pikir, dan Hipotesis Penelitian.

BAB III Metode Penelitian, menjelaskan tentang Metode Penelitian, didalamnya terdiri dari beberapa batasan yang meliputi, Lokasi dan Waktu Penelitian, Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data.

BAB IV merupakan hasil penelitian yang didalamnya memuat tentang Deskripsi Data Penelitian, Hasil Penelitian, dan Pembahasan Penelitian.

BAB V merupakan penutup yang didalamnya memuat tentang Kesimpulan dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kerangka Teori

a. Minat beli

1) Pengertian minat beli

Menurut Kinnear dan Taylor dalam buku Sukmawati dan Suyono minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi. Kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli suatu perilaku konsumen sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan barang dan jasa.¹³

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, minat beli konsumen adalah tahapan dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang bergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan. Ada

¹³Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018), hlm. 76.

dua faktor yang membentuk minat beli konsumen yang pertama, sikap orang lain maksudnya sejauh mana sikap orang lain itu dapat mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif dari orang lain. Yang kedua, faktor situasi yang terinspirasi, faktor ini yang nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian.¹⁴

Minat beli merupakan hasil evaluasi dari dalam diri individu seorang konsumen tentang suatu produk atau jasa, mengenai kualitas, kemampuan serta keuntungan apa saja yang akan diperoleh jika mengkonsumsi produk tersebut. Minat beli ini muncul ketika seorang konsumen melihat suatu produk dan jasa yang ditawarkan baik dari penampilan, kemasan, serta keunggulan produk tersebut. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan seseorang yang timbul dari pikiran seorang konsumen mengenai manfaat dan keuntungan suatu produk apabila produk tersebut dikonsumsi.¹⁵

Mempelajari dan memahami perilaku konsumen akan membukakan petunjuk bagi pemasar dalam mengembangkan produk, harga, dan saluran pemasaran. Minat beli suatu konsumen

¹⁴ Anggit Yoebrilianti, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator" 8, no. 1 (June 2018): hlm. 25.

¹⁵ Ruri Putri Utami. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan" 6, no. 2 (Oktober 2017): hlm.47.

dapat terjadi akibat proses berfikir, yang merupakan manipulasi atau organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambing-lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan dimana konsumen akan berangan-angan, melakukan pertimbangan, penentuan, perencanaan, dan sebagainya sebelum melakukan pembelian.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya minat.yaitu:¹⁶

- a) Faktor internal adalah sesuatu yang datangnya dari dalam diri sendiri. Faktor internal tersebut adalah pemusatan perhatian, keingin tahuan, motivasi dan kebutuhan.
- b) Faktor eksternal adalah sesuatu yang datangnya dari luar diri seperti dorongan dari orang lain, dorongan dari keluarga ,tersedianya prasarana dan fasilitas serta keadaan lingkungan.

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Terdapat perbedaan antara pembelian actual dan minat pembelian. Bila pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen, maka minat pembelian adalah niat untuk melakukan pembelian pada kesempatan

¹⁶Lutfi Nurtika, *Strategi Meningkatkan Minat Baca Di Masa Pnandemi*(Banyumas: Lutfi Gilang, 2021), hlm. 61.

mendatang. Meskipun merupakan pembelian yang belum tentu akan dilakukan pada masa mendatang namun pengukuran terhadap minat pembelian umumnya dilakukan guna memaksimalkan prediksi terhadap pembelian aktual itu sendiri.¹⁷

Indonesia berbagai kebijakan distribusi pupuk yang dikeluarkan pemerintah selama ini secara umum bertujuan untuk lebih meningkatkan efisiensi dalam distribusi. Namun, pada kenyataannya masih dijumpai berbagai kasus terjadinya kelangkaan pupuk, dimana petani kesulitan mendapatkan pupuk pada saat membutuhkan. Dari beberapa kasus mengindikasikan bahwa kelangkaan pupuk terjadi akibat sistem distribusi yang tidak berjalan sebagaimana seharusnya. Akibat lainnya adalah petani harus membeli pupuk dengan harga lebih mahal, terlebih semenjak diberlakukannya kebijakan pengurangan dan penghapusan subsidi harga pupuk. Secara umum, harga pupuk bukan menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat penggunaan pupuk pada petani. Faktor-faktor yang lebih menentukan adalah harga jual produk

¹⁷Dewi Sartika, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen” 2 (January 2017): hlm. 14.

pertanian, kemampuan menyediakan modal, dan kesuburan lahan yang dimiliki petani.¹⁸

Peranan pupuk sangat penting di dalam peningkatan produktivitas dan produksi komoditas pertanian, dalam mewujudkan ketahanan pangan nasional dan meningkatkan kemampuan petani, dalam penerapan pemupukan berimbang diperlukan adanya subsidi pupuk. Kenaikan harga yang dimaksud di fokuskan pada keberadaan pupuk bersubsidi yang dijadikan obyek jual beli, dengan cara pensubsidian yang disalurkan dari kelompok tani kepada anggota tani, yang mengacu pada penetapan harga. Ada 2 hal yang di deskripsikan pada pembahasan harga pupuk bersubsidi ini yaitu yang pertama mekanisme penjualan pupuk bersubsidi, yang kedua penetapan harga pupuk bersubsidi dari kelompok tani kepada anggota tani.¹⁹

Ada beberapa faktor indikator minat beli yaitu:²⁰

- a) *Attention* yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.

¹⁸Darwis and Valeriana, "Kebijakan Distribusi, Tingkat Harga Dan Penggunaan Pupuk Ditingkat Petani" 22, no. 1 (July 2014): hlm. 63.

¹⁹Meriati Meriyari, "Tinjauan Fiqih Terhadap Harga Pupuk Bersubsidi" 1, no. 2 (February 2016): hlm. 70.

²⁰Muhammad Fakhrol Rizky, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SeiMencrim Medan" 14.no.02 (Oktober 2014):hlm.8.

- b) *Interest* yaitu ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
- c) *Desire* yaitu keinginan calon konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen.
- d) *Action* yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan maupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dari defenisi diatas dapat dijelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang tunai termasuk barang dan jasa yang ditawarkan untuk mengganti hak milik suatu barang dan jasa kepada pihak lain.²¹

²¹Ummu Habibah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bengkalan Madura"1,no,1(Maret 2016):hlm.6.

Menurut Basu Swasta dan Irawan sebagaimana dikutip dalam buku Umar Husein yang menyatakan harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.²² Sedangkan Husein Umar mendefinisikan harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli. Dari hal diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga sejumlah uang atau nilai tukar untuk sebuah barang maupun jasa yang ditetapkan sesuai dengan tingkat kemampuan barang atau jasa tersebut memberikan manfaat kepada pembeli, karena semakin tinggi manfaat yang dirasakan maka harga suatu barang tersebut akan tinggi pula,²³

Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari suatu dinamika permintaan dan penawaran dari pihak-pihak terkait. Suatu permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik menarik sehingga membentuk suatu komunitas pasar. Bila suatu permintaan terjadi secara alami dan normal maka suatu kegiatan pasar akan menjadi stabil dan kondusif.

²²Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I*, hlm. 63.

²³Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 71.

Tetapi sebaliknya bila pasar tidak berjalan normal dan penuh rekayasa maka pasar akan rusak.²⁴

Jual beli adalah perkara muamalat yang hukumnya bisa berbeda-beda, tergantung dari sejauh mana terjadinya pelanggaran syariah. Secara asalnya, jual beli itu merupakan hal yang hukumnya mubah atau dibolehkan. Al-Imam Asy-Syafi'i menegaskan bahwa dasarnya hukum jual beli itu seluruhnya adalah mubah, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua belah pihak. Namun kehalalan ini akan berubah menjadi haram bila terjadi hal-hal tertentu, misalnya apabila jual beli itu dilarang oleh Rasulullah SAW atau yang maknanya termasuk yang dilarang beliau SAW.²⁵

Menurut Kotler dan Keller harga dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1) Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai dengan yang termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

²⁴Syamsul Hilal, "Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam" 6, no. 2 (July 2014): hlm. 19.

²⁵Ahmad Sarwad, *Fiqh Jual Beli* (Jakarta: Publising, 2018), hlm. 8.

2) Harga bersaing

Dalam strategi ini perusahaan berusaha memperkenalkan sebuah produk baru dengan harga yang relatif murah, dengan harapan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, strategi ini juga bertujuan mencapai skala ekonomis dan mengurangi minat dan kemampuan pesaing, karena harga yang murah menyebabkan margin yang diperoleh setiap perusahaan menjadi terbatas.²⁶

3) Harga sebanding dengan produk yang ditawarkan

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Dalam proses penetapan harga sebaiknya dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pemasaran. Penetapan harga dilakukan perusahaan berdasarkan banyak pertimbangan. Jika konsumen menerima tawaran berarti harga tersebut sudah tepat. Jika mereka menolak biasanya harga akan cepat diganti atau apabila perlu produk bisa ditarik dari pasaran.

Harga adalah salah satu bauran bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan yang mendatangkan laba bagi pritel , sedangkan unsur-unsur lainnya menghabiskan biaya. Jadi sangat wajar jika harga mempunyai pengaruh yang tidak kecil terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimasukkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya bagi pesaing, sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran.²⁷

Menurut Ibnu Taimiyah ada dua tema yang sering ditemukan dalam pembahasannya tentang masalah harga, yaitu:

- 1) *Iwad al-Mitsl* adalah penggantian yang sama yang merupakan nilai harga sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, disinilah esensi dari keadilan.

²⁷ Tina Martini, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Jenis Honda Skutermatic” 9, no. 1 (February 2015): hlm. 121.

- 2) *tsaman al-mitsl* adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.²⁸

c. Kualitas Produk

1) Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. Kualitas produk merupakan suatu kondisi dimana sebuah barang bernilai sesuai dengan standar ukur yang telah ditetapkan, maka semakin berkualitas nilai barang tersebut. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan produk yang berkualitas akan dicari oleh konsumen karena mereka menginginkan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut. Bahkan konsumen tidak segan untuk mengeluarkan biaya lebih banyak agar memenuhi kepuasannya.²⁹

Kualitas produk merupakan salah satu hal pendukung yang membuat suatu produk dipilih oleh masyarakat untuk dibeli dan dikonsumsi. Kualitas produk yang ditawarkan akan menentukan bagaimana minat masyarakat terhadap produk tersebut. Dari

²⁸ Martini, hlm. 210.

²⁹ Miguna Astuti dan dkk, *Manajemen Pemasaran UMKM Digital Sosial Media* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 6.

penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya untuk memuaskan konsumen.³⁰

Mutu atau kualitas merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan bersamaan dengan waktu yang pesat, *fleksibilitas* dalam memenuhi permintaan konsumen (produk yang dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu merupakan pilhan kunci dan strategis. Kedudukan kualitas menjadi sangat penting sejak persaingan pasar dunia semakin ketat. Persaingan yang ketat tersebut antaa lain dipicu oleh kondisi globalisasi yang semakin cepat kemajuannya. Aliran modal, sumber daya dan produk semakin bebas menembus batas-batas antar negara.³¹

Kualitas produk dalam praktik bisnis apapun sangat dilakukan, oleh karena itu pebisnis perlu mengenal apa yang dimaksud dengan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) oleh konsumen, dalam literatur pemasaran kualitas didefinisikan:

- a) Sebagai penilaian pelanggan terhadap superioritas atau keunggulan menyeluruh dari suatu produk.

³⁰ Arief Satria , “ Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36” 2, no.1(April 2017): hlm.22

³¹Tiola Hastuti and Afnina, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan” 9, no. 1 (January 2018): hlm. 22.

- b) Sampai tingkat apa produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c) Sampai tingkat apa produk atau jasa bebas dari kekurangan/kegagalan.
- d) Keseluruhan ciri dari sifat dari produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.
- e) Keunggulan pada suatu produk atau pelayanan dilihat dari fungsinya secara relatif dengan produk lain.³²

2) Tingkatan Produk

Ada beberapa tingkatan produk, seperti yang di ungkapkan oleh Kotler yaitu:

- a) *Core Benefit*, yaitu keuntungan yang mendasar dari sesuatu yang dibeli oleh konsumen.
- b) *Basic Product*, sekarang *core benefit* diubah menjadi *basic product*.
- c) *Expected product*, konsumen mempunyai suatu harapan terhadap barang atau jasa yang dibeli.
- d) *Augmented product*, yaitu ada sesuatu nilai tambah yang diluar apa yang dibayangkan oleh konsumen.

³²Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, hlm. 167.

- e) *Potential product*, yaitu mencari nilai tambah produk yang lain untuk masa depan.³³

3) Pemosisian Produk

Langkah-langkah yang dibutuhkan dalam pemosisian produk:

- a) Memilih kriteria kunci yang secara efektif membedakan produk atau layanan dalam industry.
- b) Membuat diagram dua dimensi peta pemosisian produk daerah kriteria yang ditetapkan pada setiap sumbu.
- c) Menempatkan produk/layanan pesaing dalam resultan matriks empat kuadrat.
- d) Mengidentifikasi bidang-bidang dalam peta pemosisian tempat produk atau layanan paling dapat bersaing dalam pasar sasaran tertentu.
- e) Mengembangkan rencana pemasaran untuk memposisikan produk atau layanan perusahaan secara tepat.

Memposisikan produk sangat berhubungan dengan segmentasi pasar karena penempatan produk tersebut ditujukan melayani target merket tertentu.³⁴

³³Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, hlm. 257.

³⁴Nanda Limakrisna and Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), hlm. 55.

4) Pandangan Islam Tentang Kualitas Produk

Dalam pandangan Islam kualitas suatu produk harus diperhatikan halal atau tidaknya suatu barang yang dikonsumsi atau dipakai. Sebagaimana yang tercantum dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ

الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."³⁵

a) Sabab Al-Nuzul

Al-Kalbi Berkata: "Ayat ini diturunkan atas Tsaqif, Khuzu'ah, dan Amir ibn Sha'sha'ah, dimana mereka mengharamkan bagi diri mereka sebagian tanaman dan binatang."³⁶

b) Pendapat Para Ulama

M. Quraish Shihab menjekaskan tentang orang-orang yang mengharamkan sebagian jenis unta atau sawaib yang

³⁵ Depag RI. 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta:CV Naladan, hlm.29.

³⁶ Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, hlm. 64.

dihalalkan, (hai sekalian manusia, makanlah yang halal dari apa-apa yang terdapat di muka bumi) halal menjadi hal (lagi baik) sifat yang memperkuat, yang berarti enak atau lezat, (dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah) atau jalan-jalan (setan) dan rayuannya (sesungguhnya ia menjadi musuh yang nyata bagimu) artinya jelas dan terang permusuhannya itu.³⁷

Kemenag RI mengatakan wahai manusia makanlah dari makanan yang halal, yaitu yang tidak haram, baik zatnya maupun cara memperolehnya dan selain halal, makanan juga harus yang baik, yaitu yang sehat, aman, dan tidak berlebihan. Makanan dimaksud adalah makanan yang terdapat di bumi yang diciptakan Allah untuk seluruh umat manusia, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan yang selalu merayu manusia agar memenuhi kebutuhan jasmaninya walaupun dengan cara yang tidak sesuai dengan ketentuan Allah, waspadalah usaha setan yang selalu berusaha menjerumuskan manusia dengan segala tipu dayanya, Allah mengingatkan bahwa sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu wahai manusia.

³⁷M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Yogyakarta: Duta Media Publishing, 2011), hlm. 64.

Menurut pendapat dari M. Quraish Shihab dan Kemenag dapat ditarik kesimpulan bahwa kita sebagai manusia dan khalifah di muka hendaklah menjauhi segala yang diharamkan oleh Allah SWT. Allah juga mengatakan bahwa hendak memakan makanan yang halal baik dari cara mengkonsumsi dan cara memperolehnya, serta Allah mengingatkan manusia bahwa sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata.

2. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu yang akan mengarahkan penelitian ini, diantaranya yaitu dapat dilihat pada tabel.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arief Adi Satria (jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 2 Nomor 1, April 2017)	Pengaruh Harga ,Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36	Hasil ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
2	Daniel Dama (jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 16 Nomor 01,2016)	Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop	Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi perusahaan dengan minat beli, dan terdapat pengaruh yang

		Acer Di Toko Lestari Komputer Manado.	sigifikan antara variabel kualitas layanan dengan variabel minat beli.
3	Ali Ma'ruf, (Skripsi: manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro, 2017).	Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Kasus di Toko Kripik Sawangan No 1 Purwokerto).	Hasilini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial harga terhadap minat beli, ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel lokasi dan harga terhadap minat beli.
4	Lili salfina (Jurnal Indovisi, Volume 1 Nomor 1, Januari 2018	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Risky dan Afdal Pariaman	Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap minat beli, terdapat pengeruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap minat beli dan antara variabel harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli.
5	Ali Hardana (Jurnal Ekonomi Dan Keislaman, Volume 6 Nomor 1, Juni 2018)	Pengaruh Promosi, Harga, dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Lebih Dari Satu Operator di Kecamatan SapiroK Kabupaten Tapsel	Hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, dan variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
6	Dwi Dian Utari (Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan	Hasil dari penelitian <i>brand image</i> dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan

	Medan Area Medan, 2016)	Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Langsa	pembelian pelanggan.
7	Citra Suci Mantauv (dalam Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 2, No. 2, Mei 2014)	Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush dengan Variabel <i>Intervening</i> Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian variabel <i>brand image</i> (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
8	Patricia Yordana Radityasari (Manajemen, Fakultas, Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2018).	Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Pada Mahasiwa kampus I Mrican Universita Sanata Dharma Yogyakarta).	Variabel citra merek (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu NIKE di Kampus I Mrican Sanata Dharma Yogyakarta.
9	Mohamad. Dkk (dalam jurnal JRMSI, Vol. 6, No.1, 2015)	Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi banding konsumen Indomie dan Mie Sedap).	Hasil penelitian citra merek (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
10	Budi Gautama, Hamni Fadlilah Nasution dan Siti Aisyah (Jurnal Ilmu Ekonomi	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Atribut Produk Terhadap	Hasil ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh harga terhadap

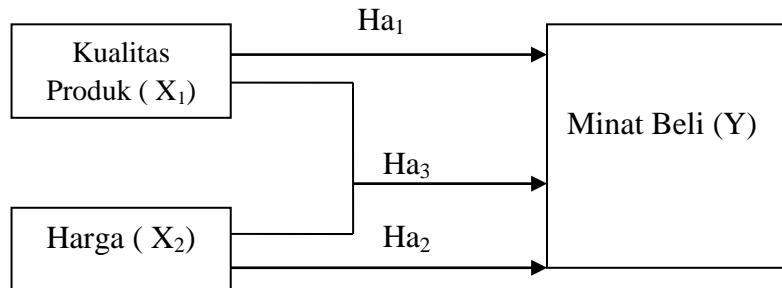
	dan Keislaman, Volume 6 Nomor 1, Juni 2018)	Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan	keputusan pembelian, ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh terhadap keputusan pembelian dan ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
--	---	--	--

Pelaksanaan peneliti ini berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Desa Pudun Jae, dengan identifikasi masalah pertama, sebagian kelompok tani desa pudun jae lebih memilih pupuk non-subsidi. Kedua, pemasokan pupuk di pudun jae dirasa kurang dan tidak sesuai dengan kebutuhan pupuk yang dibutuhkan oleh para petani. Ketiga, meski pupuk subsidi lebih murah namun banyak petani yang tidak mau menggunakan pupuk tersebut. Keempat, sebagian petani menganggap pupuk non-subsidi kurang berkualitas.

3. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.³⁸

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 60.

Gambar II.1

Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh secara parsial dan simultan variabel kualitas produk (X_1) terhadap minat beli (Y), variabel Harga (X_2) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli.

4. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara (pernyataan) yang harus dibuktikan kebenarannya, hasil pembuktian bisa jadi salah bisa juga benar. Hipotesis tidak selalu ada karena secara implicit (*include*) hipotesis itu “ada” pada tujuan peneliti. Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian atas permasalahan yang terjadi maka peneliti mengemukakan dugaan yaitu:

H_{a1} : Ada pengaruh kualitas produk pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.

H_{a2} : Ada pengaruh harga pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.

H_{a3} : Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di desa Pudun Jae. Sedangkan objek penelitiannya adalah petani yang terdaftar dalam kelompok tani di desa Pudun Jae. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan November 2020.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan.³⁹

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁴⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keanggotaan yang terdaftar sebagai kelompok tani di Pudun Jae.

³⁹Mukhlis Ansori dan Sri Iswati, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Air Langga University Press, 2017), hlm. 31-32.

⁴⁰Arikunto, hlm. 115.

Tabel 3.1
Data Kelompok Tani Desa Pudun Jae.

Nama Kios Resmi	Kelompok Tani	Jumlah Anggota
UD. ARDIANSYAH	Sinar Tani	8 orang
	Sehati	7 orang
	Bin Karya	7 orang
UD. PIAN	Marsada	5 orang
	Indah Sejahtera	6 orang
UD. ASRAN	Sama Rata	10 orang
	Kwt. Dalihan Natolu	6 orang
	Makmur Jaya	6 orang
	Mekar Sari	6 orang
TOTAL		61 orang

b. Sampel

Sampel merupakan pembagian dari jumlah populasi.⁴¹ Menurut Suhairsimi Arikunto, pembagian dari populasi penelitian atas perwakilan dari populasi.⁴² Adapun sampel penelitian ini ialah seluruh anggota kelompok tani pudun jae sebanyak 61 orang. Adapun teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* merupakan teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel.⁴³

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, hlm. 8.

⁴²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2017), hlm. 40.

⁴³Tarjo, *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Deepubhlis,2019),jlm.59.

4. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer didapatkan langsung dari responden atau objek yang diteliti dari individu atau perorangan seperti hasil angket, interview dan lain-lain. Pihak pertama dalam penelitian ini adalah konsumen yaitu kelompok Tani Pudun Jae sebagai objek yang terpilih melalui wawancara dan kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada Instansi yang terkait dan dari sumber lainnya yaitu studi kepustakaan yang mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Metode penelitian seperti angket (*questionnaire*), wawancara (*interview*), pengamatan (*observation*), dokumentasi (*documentation*), dan lain sebagainya.⁴⁴

a. Metode Kuisisioner (*Questionnar*)

Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya,

⁴⁴Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi IV*, hlm. 100-101.

atau hal-hal yang ia ketahui.⁴⁵ Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam penelitian ini, kuisisioner diberikan kepada konsumen yaitu Kelompok Tani Pudun Jae yang menjadi sampel. Kuisisioner berisi pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert biasanya menggunakan lima tingkatan dengan menghitung respon kesetujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Tabel 3.3
Kisi- Kisi Angket

No	Variabel Pertanyaan	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Minat Beli	Minat Transaksional	1 dan 2
		Minat Referensial	3 dan 4
		Minat Prefensial	5 dan 6
		Minat Eksploratif	7 dan 8
2	Kualitas Produk	Kinerja	1 dan 2
		Keandalan	3 dan 4
		Kualitas yang dipersepsikan	5 dan 6
3	Harga	Keterjangkauan Harga	1 dan 2
		Harga Bersaing	3 dan 4
		Harga Sebanding	5 dan 6

⁴⁵Arikunto, hlm. 140.

		Dengan Produk Yang Ditawarkan	
--	--	----------------------------------	--

b. Dokumentasi

Dalam penelitian ini data dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari angket dan wawancara. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi bisa berupa moment, bentuk tulisan, foto-foto, atau karya dari seseorang. Dokumentasi bisa bertujuan untuk membuktikan bahwa penelitian tersebut terjadi dilapangan. Dalam penelitian ini penulis mencari data berupa tulisan maupun foto-foto bersama masyarakat pudun jae.

c. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.⁴⁶

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang

⁴⁶Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, hlm. 51.

berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean* dan *standar deviation* dari data yang terkumpul.⁴⁷

b. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti. Dengan kata lain suatu instrumen pengukuran yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mengukur apa yang hendak kita ukur. Perhitungannya menggunakan metode *Corrected Item-Total Correlation* dengan rumus sebagai berikut:⁴⁸

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Dalam

⁴⁷Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: PT Andi Offset, 2014), hlm. 30.

⁴⁸Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 103.

penelitian, jika suatu pengukuran konsisten dari waktu ke waktu lainnya, maka pengukuran itu dapat diandalkan dan dipercaya dalam derajat tertentu.⁴⁹

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jika reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai nilai residual normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *kolmogrov smirnov* dengan signifikan 0,1. Kriteria pengambilan keputusan data berdistribusi normal adalah memenuhi syarat H_0 diterima yaitu jika signifikan >10 % atau 0,1 dan sebaliknya jika signifikannya >0,1 maka variabel dinyatakan memiliki distribusi normal sebaliknya jika signifikan <0,1 maka variabel memiliki distribusi tidak normal.⁵⁰

⁴⁹Morissan, hlm. 99.

⁵⁰slamat Riyanto & Aglish Andita Hatmawa, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta:CV Budi Utama ,2020), hal 138

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dan heteroskedastisitas pada model regresi.

a) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model dalam suatu regresi ditemukan adanya kolerasi atau hubungan yang signifikan antara independen variabel.⁵¹

Multikolonieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan *standar error* bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan untuk mengetahui ada tidaknya *tolerance* dan VIF.

b) Uji Heteroskedastisitas

Penguji heteroskedastisitas menggunakan teknik Spearman rho, yaitu mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.⁵²

c) Analisis Regresi Linier Berganda

⁵¹ Husein Umar, *Metode Untuk Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Depok: Raja Indo Persada, 2015), hlm. 177.

⁵² Slamet Riyanto and Aglis Andita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen Teknik, Pendidikan, Eksperimen* (Depok: Grafindo Persada, 2015), hlm. 108.

Analisis regresi linier berganda sebagai suatu teknik atau analisis statistik yang dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan statistik antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel terikat terhadap suatu variabel satu atau lebih variabel bebas

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependent

a = Konstanta

b = Koefisiensi Regresi X_1 dan X_2

X = Variabel independent

e = Tingkat kesalahan

Jadi, dari persamaan rumus diatas dapat dituliskan sebagai berikut:

$$MB = a + b_1 KP + b_2 H + e$$

Keterangan:

MB = Minat Beli = Koefisien konstanta

b = Koefisiensi Regresi X_1 dan X_2 KP = Kualitas Produk

KP = Kualitas Produk

e = Tingkat Kesalahan

d) Uji Hipotesis

(a) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data.

Pengambilan keputusan koefisien determinan yaitu:

Apabila semakin besar nilai R^2 (medekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat diartikan sebagai berikut:

- a. $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang berbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- b. $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y atau model regresi yang berbentuk tepat untuk meramalkan Y secara sempurna.⁵³

(b) Uji Koefisioner Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Uji t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual (parsial) menerangkan variasi variabel terikat.⁵⁴ Ketentuan uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya ada pengaruh kualitas dan harga terhadap minat beli konsumen.

⁵³Setiawan and Dwi Endah Kusriani, *Ekonomika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 64.

⁵⁴ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2017), hlm. 238.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh kualitas dan harga terhadap minat beli konsumen.
3. Jika nilai $Sig < 0,05$ maka hipotesis diterima.

(c) Uji Signifikan Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua independen variabel terhadap dependen variabel. Ketentuan uji F adalah sebagai berikut.⁵⁵

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak
- 3) Jika nilai $Sig < 0,1$ hipotesis diterima

⁵⁵Putu Ade Andre, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: CV Andi Utama, 2018), hlm. 78.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah dan Perkembangan Kelompok Tani Pudun Jae

Kelompok tani Pudun Jae merupakan kelompok tani yang berdiri pada tanggal 23 Januari 2001 yang didirikan oleh 15 petani dan diketuai oleh Bapak Gunarto, Kelompok Tani ini berada di Desa Pudun Jae dan diresmikan oleh Penyuluh Lapangan dari Balai Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan Wilayah III Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, tahun 2007 kelompok tani Desa Pudun Jae menerapkan budidaya padi yang berwawasan lingkungan. Varietas padi yang dibudidayakan oleh Kelompok Tani Pudun Jae adalah varietas sembada merah, sembada hitam dan menthik susu. Varietas yang sudah familiar dibudidayakan petani yaitu varietas menthik susu. Kelompok tani Pudun Jae diketuai oleh bapak Marzuki dan telah memiliki 61 anggota. Pengembangan kelompok tani ini dilakukan dengan mengadakan pertemuan rutin setiap senin yang bertujuan membahas rencana kegiatan kelompok dan menjalin silaturahmi.

Kegiatan penjualan hasil panen biasanya dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan menjual sendiri produk panen yang dihasilkan atau menjual kepada Bapak Marzuki dan Bapak Gunarto. Kedua anggota tersebut berperan dalam memasarkan hasil Pertanian Kelompok Tani Pudun Jae yang sudah menjadi bentuk beras siap jual.

2. Visi dan Misi Kelompok Tani Pudun Jae

a. Visi

Terwujudnya masyarakat petani yang mandiri tanpa meninggalkan kelestarian lingkungan.

b. Misi

Merubah pola pikir petani agar melakukan budidaya pertanian yang ramah lingkungan dan mewujudkan pola tanaman yang tertata.

3. Tujuan dan Fungsi Kelompok Tani Pudun Jae

a. Tujuan

Adapun tujuan kelompok tani Pudun Jae yaitu mampu untuk memperkuat kerjasama, baik diantara sesama petani dan antar kelompok tani maupun dengan pihak lain, sehingga diharapkan usaha tani lebih efisien dan mampu menghadapi ancaman, tantangan, hambatan, serta lebih menguntungkan.

b. Fungsi

Kelompok tani Pudun Jae mempunyai fungsi yang sangat besar yaitu:

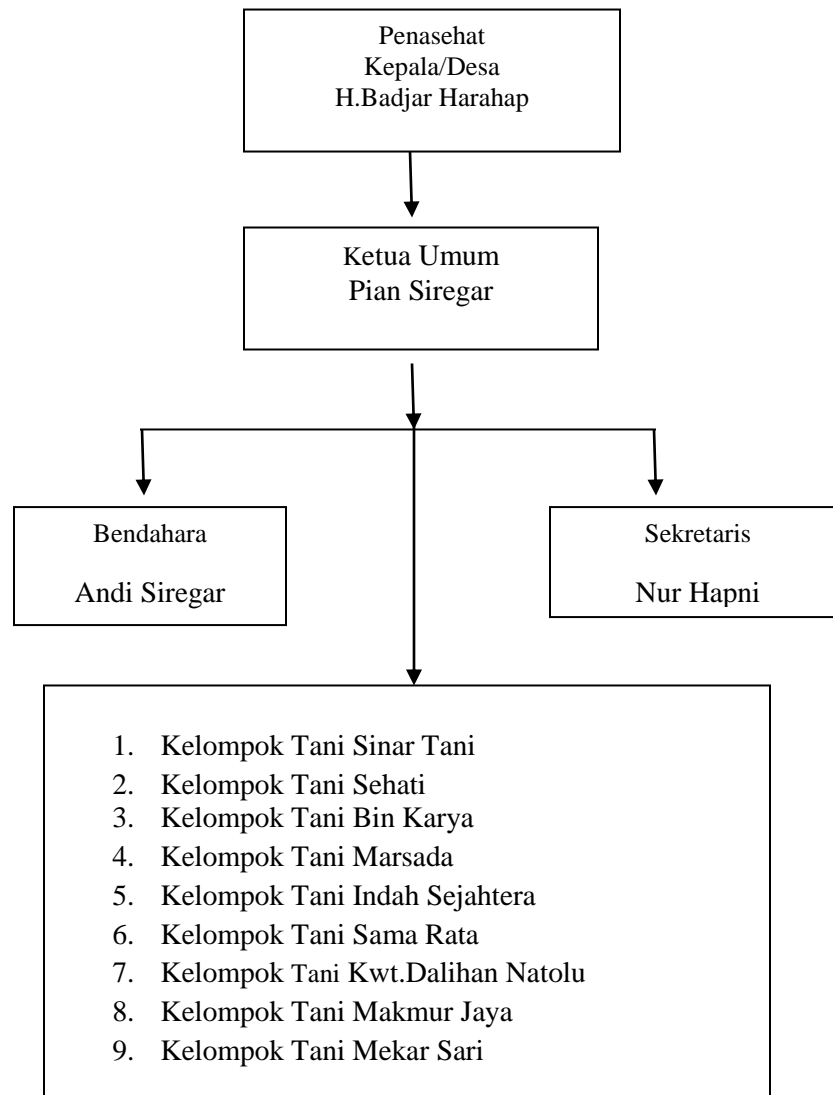
- 1) Kelompok tani merupakan wadah belajar mengajar bagi anggotanya guna meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap serta tumbuh dan berkembangnya kemandirian dalam usaha tani sehingga produktivitasnya meningkat, pendapatan bertambah serta kehidupan yang lebih sejahtera.

- 2) Kelompok tani merupakan tempat untuk memperkuat kerjasama diantara sesama petani dalam kelompok tani serta dengan pihak lain.

4. Struktur Organisasi Kelompok Tani Pudun Jae

Dalam suatu organisasi kelompok tani adanya struktur organisasi yang bertujuan untuk memudahkan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya.

Adapun struktur organisasi kelompok tani Pudun Jae sebagai berikut:

Gambar IV.1**Struktur Organisasi Kelompok Tani Pudun Jae**

Sumber: Arsip Kelompok Tani Pudun Jae

B. Gambaran Penelitian**1. Karakteristik Responden**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai gambaran karakteristik responden yang kelompok tani, umur, dan tanggapan mereka mengenai

penggunaan pupuk dalam kegiatan pemupukan tanaman. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Kelompok Tani

Kelompok tani disini adalah yang membedakan petani biasa dengan petani yang terdaftar dan mendapatkan pupuk bersubsidi. Di Pudin Jae terdapat beberapa Kelompok Tani berikut tabel distribusi responden menurut Kelompok Tani.

Tabel IV.1

Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Tani

Kelompok Tani	Frekuensi	Persentase
Sinar Tani	6	10%
Sehati	4	7%
Bin Karya	5	8%
Marsada	7	11%
Indah Sejahtra	4	7%
Sama Rata	8	13%
KWT.Dalihan Natolu	10	16%
Makmur Jaya	4	7%
Mekar Sari	13	21%
Total	61	100%

Berdasarkan tabel IV.1 diatas dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini terbagi dari berbagai kelompok petani yang terdapat di Pudin Jae. Kelompok tani yang menjadi responden yang paling banyak adalah dari jenis Mekar Sari berjumlah 21% dan kelompok tani yang

paling sedikit dalam penelitian ini dari jenis Sejati, Makmur Jaya, Indah Sejahtera masing-masing 7%.

b. Umur

Umur disini adalah berupa usia responden tersebut. Responden dalam penelitian ini adalah petani dengan umur diatas 18 tahun. Berikut tabel responden menurut umur.

Tabel IV.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
< 20 Tahun	10	16%
20-30 Tahun	11	18%
31-40 Tahun	16	26%
41-50 Tahun	14	23%
>50 Tahun	10	16%
Total	61	100%

Berdasarkan tabel IV.2 diatas dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini terbagi dari berbagai umur kelompok tani yang terdapat di Pudun Jae. Responden yang terbanyak berumur 31-40 tahun dengan persentase 26%. Responden yang paling sedikit dengan < 20 tahun dan > 50 tahun dengan persentase 16%.

Tabel IV.3
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	31	51%
Laki-Laki	30	49%
Total	61	100%

Berdasarkan tabel IV.3 diatas dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini terbagi dari berbagai Jenis Kelamin kelompok tani yangterdapat di Pudun Jae. Jenis Kelamin yang menjadi responden yang paling besar adalah perempuan dengan persentase 51%. Jenis Kelamin yang paling kecil adalah laki-laki dengan persentase 49%.

C. Hasil Analisis data

1. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menunjukkan nilai rata-rata, terendah, tertinggi dan *standar deviation* dari data yang dikumpulkan. Adapun hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel IV. 4
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	61	16,00	30,00	24,9344	2,78609
Harga	61	12,00	29,00	23,6066	3,61607
Minat Beli	61	21,00	40,00	33,1639	3,93353
Valid N (listwise)	61				

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.4 uji analisis deskriptif diatas dapat dilihat dengan jumlah data (N) sebanyak 61 pada variabel kualitas produk mempunyai rata-rata 24,9344 dengan nilai terendah 16,00 dan nilai tertinggi 30,00 serta *standard deviation* 2,78609. Variabel kualitas produk mempunyai rata-rata 23,6066 dengan nilai terendah 12,00 dan nilai tertinggi 29,00 serta *standard deviation* 3,61607. Variabel minat beli konsumen mempunyai rata-rata

33,1639 dengan nilai terendah 21,00 dan nilai tertinggi 40,00 serta *standard deviation* 3,93353.

2. Hasil Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Adapun r_{hitung} untuk tiap item bisa dilihat pada kolom *pearson correlation*, sedangkan r_{tabel} menggunakan taraf signifikansi 0,1 dengan derajat kebebasan (df) = n (jumlah sampel) – 3 jadi $df = 61 - 3 = 58$, maka diperoleh $r_{tabel} = 0,2126$. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,542	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 61 - 2 = 59$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2126$.	Valid
2	0,632		Valid
3	0,574		Valid
4	0,705		Valid
5	0,648		Valid
6	0,403		Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Hasil Uji validitas pada table IV.5 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, dan 6 lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid. Hasil uji validitas harga dapat dilihat pada tabel beriku

Tabel IV. 6
Hasil Uji Validitas Harga (X₂)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,653	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 61 - 2 =$ 59 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2126$	Valid
2	0,772		Valid
3	0,660		Valid
4	0,678		Valid
5	0,549		Valid
6	0,590		Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Hasil uji validitas pada table IV.6 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, dan 6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid. Hasil uji validitas minat beli dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,729	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df =$ $n - 2 = 61 - 2 = 59$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0,2126$	Valid
2	0,851		Valid
3	0,636		Valid
4	0,461		Valid
5	0,660		Valid
6	0,729		Valid
7	0,851		Valid
8	0,636		Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Hasil uji validitas pada tabel IV.7 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, dan 8 lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
Kualitas Produk	0.713	6
Harga	0.752	6
Minat Beli	0.770	8

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.8 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* kualitas produk yaitu $0,713 > 0,60$. *Cronbach's alphaharga* yaitu $0,752 > 0,60$. *Cronbach's alpha* minat beli yaitu $0,770 > 0,60$. Dengan demikian variabel kualitas produk, harga, dan minat beli dikatakan *reliable*.

c. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas, peneliti menggunakan *Kolmogorov- Smirnov* dengan taraf signifikansi 0,1. Adapun hasil uji normalitas sebagai berikut

Tabel IV. 9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,18092089
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,053
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: data diolah Tahun 2021

Hasil uji normalitas pada tabel IV.9 dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai signifikan (*Asymp.Sig. 2-tailed*) sebesar $0,200 > 0,000$ Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11,668	3,983		2,930	,005		
Kualitas Produk	,520	,164	,369	3,167	,002	,832	1,201
Harga	,361	,127	,332	2,851	,006	,832	1,201

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.10 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel kualitas produk dan variabel harga masing-masing 0,832. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel lebih besar dari 0,1.

Nilai VIF dari variabel kualitas produk dan variabel Harga masing-masing 1,201. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel. IV. 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations			
			X1	X2	Y	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	1,000	,283*	,513**	,086
		Sig. (2-tailed)	.	,027	,000	,512
		N	61	61	61	61
	Harga	Correlation Coefficient	,283*	1,000	,319*	-,082
		Sig. (2-tailed)	,027	.	,012	,530
		N	61	61	61	61
	Minat Beli	Correlation Coefficient	,513**	,319*	1,000	,821**
		Sig. (2-tailed)	,000	,012	.	,000
		N	61	61	61	61
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	,086	-,082	,821**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,512	,530	,000	.
		N	61	61	61	61

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,10 dimana nilai signifikan kualitas produk (X_1) $0,512 > 0,10$. Nilai signifikan harga (X_2) $0,530 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1), harga (X_2) terhadap minat beli (Y).

Tabel IV. 12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,668	3,983		2,930	,005
Kualitas Produk	,520	,164	,369	3,167	,002
Harga	,361	,127	,332	2,851	,006

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel IV.12 diatas dapat disimpulkan bahwa *unstandardized coefficients* tabel diatas maka persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$MB = 11,668 + 0,520 KP + 0,361 H + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 11,668 satuan dapat diartikan bahwa kualitas produk, harga diasumsikan 0, maka minat beli konsumen adalah sebesar 11,668 satuan.
- Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,520 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,520 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara religiusitas dengan minat beli konsumen.

- c. Nilai koefisien harga sebesar 0,361 menunjukkan bahwa apabila lokasi meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,361 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan minat beli konsumen.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisiens Determinisasi (R^2)

Koefisiens determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil uji koefisiens determinasi (R^2) sebagai berikut :

Uji Tabel IV. 13
Hasil Uji Analisis Koefisiens Determinisasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,588 ^a	,346	,324	3,23530

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.13 diatas, diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,346 atau 34,6% variabel kualitas produk dan harga memengaruhi minat beli konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 6,76% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Adapun hasil uji t sebagai berikut :

Uji Tabel IV. 14
Hasil Uji Analisis Signifikansi Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,668	3,983		2,930	,005
Kualitas Produk	,520	,164	,369	3,167	,002
Harga	,361	,127	,332	2,851	,006

Sumber: Data diolah Tahun 2021

Untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $61 - 2 - 1 = 58$, dengan menggunakan uji dua sisi 10%: $2 \times 5\% = 0,05$, hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,67156.

Berdasarkan tabel IV.14 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} Variabel kualitas produk sebesar $3,167 > 1,67156$ maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas produk pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.

Nilai t_{hitung} Variabel harga sebesar $2,851 < 1,67156$ maka H_{a2} diterima H_{02} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.

c. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua independen variabel terhadap dependen variabel. Adapun hasil uji F sebagai berikut :

Tabel IV. 15
Hasil Uji analisis Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	321,265	2	160,633	15,346	,000 ^b
	Residual	607,095	58	10,467		
	Total	928,361	60			

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2021

Nilai F_{tabel} diperoleh dengan cara $F_{\text{tabel}} = (df1 = k - 1)$ dan $(df2 = n - k)$, dimana jumlah responden (n) adalah 61 dan jumlah seluruh variabel sebanyak 3, maka $F_{\text{tabel}} = (df1 = 3 - 1 = 2)$ dan $(df2 = 61 - 3 = 58)$. Nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,18.

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) pada tabel IV.15 di atas dapat menunjukkan sebagai nilai F_{hitung} sebesar 15,346. Artinya H_{a3} diterima. Dapat disimpulkan bahwa apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae.

d. Pembahasan Hasil Penelitian

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang mengarahkan seseorang untuk melakukan apa yang akan mereka lakukan. Minat beli suatu konsumen dapat terjadi akibat proses berpikir, yang memanipulasi lingkungan sehingga melakukan kegiatan dimana konsumen

akan berangan-angan melakukan pertimbangan, penentuan, perencanaan, dan sebagainya sebelum melakukan pembelian.

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kelompok Tani Pudun Jae.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhannya yang dinyatakan maupun tersirat.

Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan nilai diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,167 > 1,67156$ sehingga H_0 ditolak. Kesimpulan peneliti adalah ada pengaruh kualitas produk pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani pudun jae.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Mowen dalam buku Tamamudin minat beli digunakan untuk menggambarkan urutan proses munculnya keyakinan, sikap dan perilaku pengetahuan kognitif yang dimiliki konsumen dengan mengaitkan atribut produk, manfaat dan objek. Sementara itu sikap mengacu pada perasaan atau respon efektifnya. Apabila suatu produk dibuat sesuai dengan dimensi

kualitas produk maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli.⁵⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Semakin baik kualitas pupuk yang diberikan, maka semakin banyak konsumen yang menggunakan produk pupuk bersubsidi pada kelompok tani, dan juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat karena memberikan kualitas pupuk sesuai dengan yang diinginkan

2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kelompok Tani Pudun Jae

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. Penentuan harga barang dan jasa memainkan peran strategis didalam banyak perusahaan sebagai konsekuensi deregulasi, kompetisi global yang intens, pertumbuhan yang lambat di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memperkokoh posisinya.

Nilai t_{hitung} untuk variabel harga sebesar 2,851 dan hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,67156. Yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,851 < 1,67156$) dan ($0,000 < 0,1$), maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani pudun jae.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Swatha dalam buku Irmawati harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk

⁵⁶ Mowen, John C, *Perilaku Konsumen* Edisi Ke 5, (Jakarta: Erlangga, 2012), Hal.135

mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. Harga suatu produk juga dipertimbangkan dalam suatu pembelian, oleh karena itu harga harus tepat. Kesan terlalu mahal atau terlalu murah akan menghambat pembelian. Dari sudut pandang konsumen harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang.⁵⁷ Jadi dapat disimpulkan bahwa harga dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam mengambil keputusan.

3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kelompok Tani Pudun Jae

Berdasarkan table uji signifikan simultan uji simultan (Uji F) diatas dapat dijelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,346 > 2,18$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,1$, artinya H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap minat beli.

Penelitian ini sejalan dengan Teori yang di kemukakan oleh Swastha dan Irawan dalam buku Anang Firmansyah minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Dari pendapat diatas dapat

⁵⁷ irmawati, *Manajemen Pemasaran Di Rumah Sakit*, (Jakarta: University Press, 2015), Hal.20

dikatakan bahwa minat beli tersebut timbul dari dalam diri seseorang konsumen setelah konsumen tersebut mengkonsumsi dan merasakan manfaat yang diterima ketika mengkonsumsi suatu produk. jadi harga dan kualitas produk dapat dipengaruhi oleh minat beli konsumen.⁵⁸

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli, yang artinya dalam meningkatkan minat masyarakat diperlukan adanya kualitas produk yang baik, serta didukung dengan faktor-faktor lainnya. Dan harga menjadi suatu ukuran pengganti untuk mutu produk mana kala para pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk yang kompleks.

4. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Dalam penyebaran angket peneliti memiliki kendala untuk menemui responden saat pengisian angket, responden sulit ditemui karena konsidi waktu.

⁵⁸Anang Firmansyah, *Pemasar Pemasaran Dasar*, (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), Hlm. 168.

- b. Kekhawatiran responden saat membicarakan data peneliti karena mereka takut akan ada masalah dengan peneliti.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha sebaik mungkin agar keterbatasan yang terjadi tidak mengurangi makna penelitian ini. Sehingga dengan segala kerja keras, upaya dan bantuan semua pihak, skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian” Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Pada Kelompok Tani Pudun Jae” dari beberapa uji yang dilakukan mulai dari Uji Validitas, Reabilitas, dan Uji korelasi ganda diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen atau petani adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh kualitas produk pupuk bersubsidi terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani pudun jae. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,167 > 1,67156$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,1$).
2. Ada pengaruh harga pupuk terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani pudun jae. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($2,851 > 1,67156$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,1$).
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada kelompok tani Pudun Jae. Hal tersebut dibuktikan dengan melihat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,346 > 2,18$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,1$).

B. Saran

1. Untuk petani penggunaan pupuk subsidi sangat membantu untuk tanaman, pupuk subsidi dan non-subsidi memiliki kandungan hara yang sama sehingga petani tidak perlu khawatir akan kualitas pupuk subsidi. Harga yang terjangkau juga sangat membantu petani.
2. Bagi pemerintah diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai acuan untuk menilai seberapa pentingnya pupuk subsidi bagi petani. Masih banyak sekali petani yang bergantung pada pupuk subsidi namun sering sekali pupuk kurang tersedia khususnya di Pudun Jae karena dianggap alokasi yang kecil.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa meneliti lebih banyak dan luas mengenai permasalahan faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Dan menambah variabel-variabel yang bisa mempengaruhi minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliawatilia, Lia, and Asfis Murni. *Ekonomi Mikro*. Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Andre, Putu Ade. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Utama, 2018.
- Shinta Agustina, *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama* (Malang: Anggota Ikapi 2011).
- . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2017.
- Astuti, Miguna, and Nurhafifah Matondang. *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Satria, Arief “ Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36” 2, no.1(April 2017) 22
- Dalimunthe, Enni Efrida. “Hasil Wawancara Dengan Enni Efrida Dalimunthe,” Desember 2020.
- Dalimunthe, Mayur. “Hasil Wawancara Dengan Mayur Dalimunthe,” Desember 2020.
- Batubara, Damri "Pandangan Islam Terhadap Subsidi" 2, no.2 (Juli-Desember 2016).1
- Fitriah Maria, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018).
- Harahap, Ahmad Robinson. “Hasil Wawancara Dengan Ahmad Robinson Harahap,” Desember 2020.
- Harahap, Fatimah. “Hasil Wawancara Dengan Fatimah Harahap,” desember 2020.
- Harahap, Lola. “Hasil Wawancara Dengan Lola Harahap,” Desember 2020.
- Hastuti, Tiola, and Afnina. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan” 9, no. 1 (January 2018): 22.
- Hilal, Syamsul. “Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam” 6, no. 2 (July 2014): 19.

- Limakrisna, Nanda, and Togi Parulian Purba. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Manap, Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Martini, Tina. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Jenis Honda Skutermatic" 9, no. 1 (February 2015): 121.
- Meriyari, Meriati. "Tinjauan Fiqih Terhadap Harga Pupuk Bersubsidi" 1, no. 2 (February 2016): 70.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Priyanto, Dwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: PT Andi Offset, 2014.
- Nurtika, Lutfi. *Strategi Meningkatkan Minat Baca Di Masa Pnandemi* (Banyumas: Gilang, 2021).
- Habibah, Ummu "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bengkalan Madura" 1, no. 1 Maret 2016.
- Puspita, Yohana Dian. *Riset Populer Pemasaran Jilid II*. Jakarta: Media Sains Indonesia, 2021.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajamen Teknik, Pendidikan, Eksperimen*. Depok: Grafindo Persada, 2015.
- Utami. Ruri Putri " Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan" 6, no. 2 (Oktober 2017) 47.
- Sartika, Dewi. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mmepengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen" 2 (January 2017): 14.
- Sarwad, Ahmad. *Fiqih Jual Beli*. Jakarta: Publising, 2018.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah*. Yogyakarta: Duta Media Publishing, 2011.

- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Supranto, and Nanda Limakrisna. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mira Wacana Media, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Yoebrilianti, Anggit. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator" 8, no. 1 (June 2018): 25.

BIODATA

Nama : Roron Hoiron Ansori Harahap
NIM : 1640200041
Tempat/Tanggal Lahir : Pudun Jae, 09 Agustus 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jln. Perintis Kemerdekaan Desa Pudun Jae
Nama Ayah : Ahmad Robinson Harahap
Nama Ibu : Fatimah Harahap

Pendidikan

- a. SD Negeri 200311 Padangsidempuan Tahun 2004-2010
- b. SMP Negeri 5 Padangsidempuan Tahun 2010-2013
- c. SMA Negeri 3 Padangsidempuan Tahun 2013-2016
- d. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2021-2022

Variabel Kualitas Produk (X₁)

P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
5	5	5	4	5	5	29
5	3	1	3	4	3	19
4	4	4	4	4	2	22
5	4	4	5	5	3	26
3	5	3	3	4	4	22
5	4	4	4	4	5	26
5	3	3	4	5	2	22
5	3	3	4	4	5	24
5	5	4	5	5	4	28
4	2	2	3	1	4	16
5	4	3	3	5	2	22
5	5	5	5	5	1	26
5	5	4	4	4	1	23
5	4	4	4	5	2	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	2	4	3	21
4	5	4	4	5	2	24
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	3	23
5	4	5	4	5	1	24
4	3	4	4	4	5	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	4	4	3	23
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	4	4	28
5	4	4	5	5	3	26
5	4	4	5	5	3	26
4	3	5	2	5	2	21
5	5	5	5	5	3	28
5	5	5	5	5	2	27
4	3	5	3	4	4	23
5	3	4	5	5	5	27

4	3	3	4	4	3	21
5	2	4	5	5	5	26
5	4	3	3	4	5	24
5	4	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	5	4	2	26
4	3	5	2	4	5	23
5	4	4	5	5	3	26
4	3	4	3	4	4	22
5	5	4	4	4	2	24
4	4	5	4	4	1	22
5	5	4	5	4	5	28
5	4	4	5	5	2	25
5	5	4	5	5	4	28
5	4	4	4	5	5	27
5	4	5	4	5	3	26
5	4	4	4	5	4	26
5	3	4	4	4	5	25
5	4	5	4	4	3	25
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	2	22
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	4	4	3	25
5	3	4	2	4	4	22
5	4	4	4	5	5	27
5	5	4	4	4	3	25
4	4	5	4	5	4	26

Variabel Harga (X₂)

Variabel Harga (X2)

P1	P2	P3	P4	P5	P6	total X2
5	5	5	5	5	2	27
2	3	3	5	4	2	19
4	4	4	4	4	2	22
4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	2	3	4	21
5	5	4	4	4	4	26
5	5	4	5	5	5	29
2	2	2	2	2	2	12
4	5	4	4	4	3	24
4	5	4	4	4	1	22
5	4	4	4	4	1	22
4	4	4	4	4	2	22
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	1	5	25
4	5	4	4	5	4	26
4	5	5	4	5	5	28
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	3	23
5	5	4	5	5	3	27
3	4	2	4	4	4	21
5	5	5	5	5	3	28
3	2	3	4	3	2	17
4	4	4	4	4	2	22
5	5	5	5	4	3	27
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	4	5	29
4	5	5	4	1	5	24
4	5	4	4	4	3	24
5	5	5	5	5	3	28

5	5	5	4	4	2	25
5	4	5	3	2	2	21
4	4	4	2	1	2	17
4	4	4	1	3	1	17
5	4	4	4	4	1	22
4	4	4	4	4	1	21
5	4	4	4	4	4	25
5	5	4	5	5	5	29
4	5	5	5	1	5	25
5	4	5	5	5	5	29
3	3	3	5	5	5	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	3	4	23
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	3	5	23
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	4	4	3	17
3	3	2	4	4	3	19
3	4	4	5	5	2	23
5	5	4	5	4	3	26
4	4	4	4	4	3	23
4	3	2	5	2	3	19
4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	5	4	5	4	3	25
4	4	4	4	4	2	22
5	4	4	4	4	2	23
5	4	4	1	3	1	18

Variabel Minat Beli (Y)

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	2	4	3	5	5	2	31
5	4	4	5	4	5	4	4	35
4	3	3	4	5	4	3	3	29
5	4	3	4	4	5	4	3	32
5	3	4	4	4	5	3	4	32
4	2	4	2	2	4	2	4	24
5	5	4	5	5	5	5	4	38
5	5	4	4	4	5	5	4	36
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	2	4	3	4	28
5	4	4	5	4	5	4	4	35
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	4	3	4	4	4	4	3	30
5	5	5	4	2	5	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	4	4	5	34
5	4	4	4	4	5	4	4	34
5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	4	5	4	5	5	4	5	37
4	3	4	4	2	4	3	4	28
5	5	4	4	4	5	5	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	5	4	4	4	3	31
5	4	5	4	5	5	4	5	37

3	2	3	4	1	3	2	3	21
4	1	3	4	3	4	1	3	23
4	4	3	3	4	4	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	5	4	5	36
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	3	4	4	2	4	3	4	28
5	5	4	5	5	5	5	4	38
4	4	4	3	5	4	4	4	32
5	3	4	4	4	5	3	4	32
4	3	4	5	4	4	3	4	31
4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	3	4	4	5	33
5	4	3	5	4	5	4	3	33
5	5	4	4	5	5	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	5	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	5	4	4	4	3	31
4	3	4	5	4	4	3	4	31
4	4	5	4	4	4	4	5	34
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	4	4	5	5	4	36

A. Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	61	16,00	30,00	24,9344	2,78609
X2	61	12,00	29,00	23,6066	3,61607
Y	61	21,00	40,00	33,1639	3,93353
Valid N (listwise)	61				

B. Uji Validitas

1. Variabel Kualitas Produk

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
								L
P1	Pearson Correlation	1	,240	,080	,492**	,378**	,069	,542**
	Sig. (2-tailed)		,062	,539	,000	,003	,597	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
P2	Pearson Correlation	,240	1	,382**	,504**	,377**	-,137	,632**
	Sig. (2-tailed)	,062		,002	,000	,003	,294	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
P3	Pearson Correlation	,080	,382**	1	,228	,400**	-,029	,574**
	Sig. (2-tailed)	,539	,002		,078	,001	,827	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
P4	Pearson Correlation	,492**	,504**	,228	1	,418**	,002	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,078		,001	,990	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61

P5	Pearson Correlation	,378**	,377**	,400**	,418**	1	-,035	,648**
	Sig. (2-tailed)	,003	,003	,001	,001		,786	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
P6	Pearson Correlation	,069	-,137	-,029	,002	-,035	1	,403**
	Sig. (2-tailed)	,597	,294	,827	,990	,786		,001
	N	61	61	61	61	61	61	61
TOTAL	Pearson Correlation	,542**	,632**	,574**	,705**	,648**	,403**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	61	61	61	61	61	61	61

b. Variabel Harga

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	TOTAL
p1	Pearson Correlation	1	,673**	,667**	,173	,212	,105	,653**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,183	,101	,421	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
p2	Pearson Correlation	,673**	1	,755**	,327*	,220	,266*	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,010	,088	,038	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
p3	Pearson Correlation	,667**	,755**	1	,198	,099	,148	,660**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,125	,450	,255	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
p4	Pearson Correlation	,173	,327*	,198	1	,430**	,389**	,678**

C. Uji Realibilitas

1. Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,713	7

2. Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,752	7

3. Variabel Minat Beli

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,770	9

D. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,18092089
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,053
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	11,668				
	X1	,520	,164	,369	3,167	,002	,832	1,201
	X2	,361	,127	,332	2,851	,006	,832	1,201

2. Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			X1	X2	Y	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,283 [*]	,513 ^{**}	,086
		Sig. (2-tailed)	.	,027	,000	,512
		N	61	61	61	61
	X2	Correlation Coefficient	,283 [*]	1,000	,319 [*]	-,082
		Sig. (2-tailed)	,027	.	,012	,530
		N	61	61	61	61
	Y	Correlation Coefficient	,513 ^{**}	,319 [*]	1,000	,821 ^{**}
		Sig. (2-tailed)	,000	,012	.	,000
		N	61	61	61	61
Unstan dardiz ed Residu al	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	,086	-,082	,821 ^{**}	1,000
		Sig. (2-tailed)	,512	,530	,000	.
		N	61	61	61	61

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,668	3,983		2,930	,005
	X1	,520	,164	,369	3,167	,002
	X2	,361	,127	,332	2,851	,006

F. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,588 ^a	,346	,324	3,23530

2. Uji Regresi Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,668	3,983		2,930	,005
	X1	,520	,164	,369	3,167	,002
	X2	,361	,127	,332	2,851	,006

3. Uji Signifikan Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	321,265	2	160,633	15,346	,000 ^b
	Residual	607,095	58	10,467		
	Total	928,361	60			

NAMA-NAMA ANGGOTA KELOMPOK TANI PUDUN JAE

NO	NAMA KIOS RESMI	NAMA KELOMPOK TANI	NAMA ANGGOTA KELOMPOK TANI
1	UD. ARDIANSYAH	Sinar Tani	1.Juleha Siregar 2.Aslamiyah Batubara 3.Muhammad Saipul 4.Agus Salim Harahap 5.Nur Saima Hasibuan 6.Sri Sundari 7.Siti Sahawa Harahap 8.Ahmad Robinson
		Sehati	1.Mara Loon 2. Siti Rofil Harahap 3. Mangaraja Bonggal 4. Nur hafni 5. Hafsa Rokko 6. Gusnar Harahap 7. Fatimah Harahap
		Bin Karya	1. Emmi Handayani 2. Denggan Harahap 3. Ummi Kalsum 4. Raja Lobi 5. Enni Efrida DLT 6. Aisyah Amini 7. Ardiansyah
2.	UD. PIAN	Marsada	1. Iman Harahap 2. Subuhan Hidayat 3. Windi ningsih 4. Widia Astuti 5. Rodia Siregar
		Indah Sejahtera	1. Ros liani Munte 2. Japarlaungan 3. Jaunik Harahap 4. Maratua 5. Hotman Situmeang 6. Khoirul Jambak
3.	UD. ASRAN	Sama Rata	1. Sondang 2. Siti Jahrona 3. Nora Erlinda 4. Emma 5. Afni Harahap

			6. Sukur Hasibuan 7. Ipong Harahap 8. Siska Marlina 9. Imelta Panjaitan 10. Nurleha Siregar
		KWT. Dalihan Natolu	1. Okma Harahap 2. Akin Harahap 3. Ica Hasibuan 4. Berry Ansori Harahap 5. Lobe 6. Muktar Harahap
		Makmur Jaya	1. Muliasih Siregar 2. Umar Harahap 3. Rio Efendi 4. Teguh Saputra 5. Rianah Siregar 6. Siti Sawaha Harahap
		Mekar Sari	1. Saharuddin Harahap 2. Kohar Harahap 3. Burhanuddin Jambak 4. Hasbia Ritonga 5. Sari Bulan Harahap 6. Khorija Satipa Harahap
	TOTAL		61 ORANG



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2020/In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/11/2020
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

17 Nopember 2020

Yth. Bapak/Ibu;

1. Arbanur Rasyid : Pembimbing I
2. Hamni Fadlilah Nasution : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Roron Khoiron Ansori harahap
NIM : 1640200041
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kelompok Tani Padangsidimpuan Batunadua.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2392/In.14/G.1/G.4c/TL.00/10/2021
Hal : Mohon Izin Riset

15 Oktober 2021

Yth. Kepala Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ronon Khoiron ANsori Harahap
NIM : 1640200041
Semester : XI (Sebelas)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Kualitas Produk dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kelompok Tani Pudun Jae".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN BATUNADUA
DESA PUDUN JAE**

Jalan Haji Dahlan Lubis

Kode Pos : 22733

SURAT BALASAN RISET

Nomor : 470/498 /2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **BADJAR HARAHAHAP, SE., S.Pd**
Jabatan : Kepala Desa Pudun Jae
Alamat : Jl. Jend. Abdul Haris Nasution, Dusun II
Desa Pudun Jae, Kec. Padangsidempuan Batunadua
Kota Padangsidempuan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **RORON KHOIRON ANSORI HARAHAHAP**
Nim : 1640200041
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

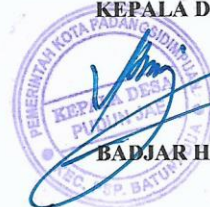
sehingga kami setuju untuk melaksanakan penelitian di Desa Pudun Jae sebagai syarat penyusunan tesis dengan judul :

"Kualitas Produk dan Harga Pupuk Bersubsidi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kelompok Tani Pudun Jae".

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Padangsidempuan, 15 November 2021,

KEPALA DESA PUDUN JAE



BADJAR HARAHAHAP, SE, S.Pd