



**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM
POTONG DI RUMAH POTONG NURTI DI
PASAR GUNUNG TUA KECAMATAN
PADANG BOLAK**

SKRIPSI

*Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat- Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

RINI ASRIDA HARAHAHAP

NIM. 18 402 00197

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM
POTONG DI RUMAH POTONG NURTI DI
PASAR GUNUNG TUA KECAMATAN
PADANG BOLAK**

SKRIPSI

*Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat- Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

RINI ASRIDA HARAHAHAP

NIM. 18 402 00197

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM
POTONG DI RUMAH POTONG NURTI DI
PASAR GUNUNG TUA KECAMATAN
PADANG BOLAK**

SKRIPSI

*Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat- Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**RINI ASRIDA HARAHAHAP
NIM. 18 402 00197**

PEMBIMBING I

**Dr. Rukiah, SE., M.Si
Nip. 1976032442006042002**

PEMBIMBING II

**SARMIANA BATUBARA, M.A.
Nip.198603272019032012**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733

Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Rini Asrida Harahap**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 30 Desember 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **RINI ASRIDA HARAHAHAP** yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Rukiah, SE., M.Si.
NIP. 197603242006042002

PEMBIMBING II

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **Rini Asrida Harahap**
NIM : 18 402 00197
Fakultas/Prodi : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.**

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 pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 03 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,



RINI ASRIDA HARAHAP
NIM. 18 402 00197

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **RINI ASRIDA HARAHAAP**

NIM : 18 402 00197

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong di Rumah Potong Nurti di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak ”** Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 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.

Padangsidimpuan, 03 Januari 2023
Saya yang Menyatakan,



RINI ASRIDA HARAHAAP
NIM. 18 402 00197



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id


**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

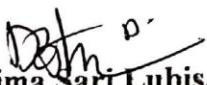
NAMA : RINI ASRIDA HARAHAHAP
NIM : 18 402 00197
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong
Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung
Tua kecamatan Padang Bolak

Ketua



Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 198405122014032002

Sekretaris

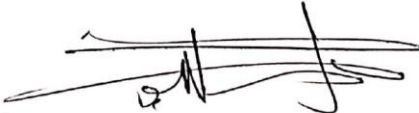

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I
NIP. 198905052019032008


Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 198405122014032002

Anggota


Sry Lestari, S.H.I., M.E.I
NIP. 198905052019032008


Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 198704132019032011


Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di
Hari/Tanggal
Pukul
Hasil/Nilai

: Padangsidimpuan
: Jum'at/ 13 Januari 2023
: 14.00 WIB – Selesai
: Lulus / 72,25 (B)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM
POTONG DI RUMAH POTONG NURTI DI
PASAR GUNUNG TUA KECAMATAN PADANG
BOLAK**

NAMA : Rini Asrida Harahap
NIM : 18 402 00197
Tanggal Yudisium : 28 Januari 2023
Indeks Prestasi kumulatif : 3.56
Predikat : Pujian

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 10 Februari 2023
Dekan,

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



ABSTRAK

Nama : Rini Asrida Harahap
Nim : 1840200197
Jurusan : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah penurunan penjualan daging ayam potong di rumah potong Nurti dimana penurunan penjualan ini bisa dilihat dari sudut pandang konsumen merupakan indikasi bahwa penurunan jumlah pembelian konsumen dalam memutuskan membeli (keputusan pembelian) dan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam potong di rumah potong Nurti di pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan kualitas produk, harga, lokasi, kehalalan, keputusan pembelian.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden dari seluruh masyarakat di Kecamatan Padang Bolak. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *populasi tidak diketahui secara pasti*. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *accipurposive sampling*. Sumber data yaitu data primer dan data skunder dengan membagikan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas) uji analisis regresi linear berganda uji koefisien determinasi *R square*, uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan menggunakan SPSS Versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} 5,778$ $t_{tabel} 1,668636$), maka H_{a1} diterima, pada variabel harga tidak berpengaruh secara parsial pada keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} -0,373$ dan $t_{tabel} 1,668636$ artinya, maka H_{a2} ditolak, dan pada variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 1,977$ dan $t_{tabel} 1,668636$ artinya, H_{a3} diterima, dan pada variabel kehalalan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 1,459$ dan $t_{tabel} 1,668636$ artinya, artinya H_{a4} ditolak. Kemudian variabel kualitas, harga, lokasi, dan kehalalan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F_{hitung} sebesar 26,086 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,51.

Kata Kunci: kualitas, Harga, Lokasi, Kehalalan, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak**”. Serta tidak lupa sholawat serta salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

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 ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku wakil Rektor II Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Adarry Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah serta pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Binis Islam dan civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Dr. Rukiah Lubis,SE., M.Si. selaku Pembimbing I dan Ibu Sarmiana Batubara, M.A. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengaraha, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Abul Hayat Harahap dan Ibunda tercinta Mahindun Siregar, yang telah membimbing dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi doa yang tidak lelahnya serta berjuang demi kami anak-anaknya. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-nya.
9. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada Kakak peneliti Meri Handani Harahap, Desi Marlina Harahap, Adek Masroito Harahap, Hasrin Oloan Harahap, Salman Alfarizi Harahap yang selalu memberikan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat tercinta Hamni Fadilah Pulungan, Winni Silvia Rizky Lubis, Rabiatul Adawilah Lubis, Afrika Siregar, Warni, Melisa Warni Lubis, Nur Aisyah Harahap, Sukama, Endang Sri Wahyuni, yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman diskusi dan memberikan motivasi bagi peneliti.

11. Seluruh mahasiswa Manajemen Bisnis 2 angkatan 2018. Yang telah memberikan bantuan, semangat, dorongan, dan motivasi kepada penulis. Serta semua pihak yang telah berperan membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
12. Ucapan terima kasih untuk teman-teman KKL, dan Magang tahun 2022 yang telah memberikan semangat kepada peneliti.
13. 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.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Padangsidempuan, Desember 2022

Peneliti,

RINI ASRIDA HARAHAAP
NIM. 1840200197

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan bahasa ‘Arab ke bahasa latin.

Penulisan transliterasi ‘Arab-Latin’ disini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah:

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	‘a	·	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je(dengan titik di bawah)
ح	ḥa	ḥ	Ha
خ	Kha	Kh	Kadan ha (dengan titik di atas)

د	Dal	D	De
ذ	ḏal	·	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di atas)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ع	‘ain	ء	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge (dengan titik di atas)
ف	Fa	F	Ef (dengan titik di atas)
ق	Qaf	Q	Ki (dengan titik di atas)
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	ء	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 harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathāh	A	A
— —	Kasrah	I	I
—و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathāhdanya	Ai	a dan i
و	fathāhdanwau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...َ...ى ...َ...َ	fathāh dan alif atau ya	-	a dan garis atas
ى...ِ...	Kasrah dan ya	-	i dan garis dibawah
وُ...ُ	ḍommah dan wau	-	u dan garis diatas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat 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 didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan. Karena dalam penulisan Arab berupa Alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, mau pun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaiakan 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 dirangkaiakan.

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 capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital 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 Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Definisi Operasional Variabel.....	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kerangka Teori.....	15
1. Keputusan Pembelian.....	15
a. Pengertian Keputusan Pembelian	15
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
c. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam	18
2. Kualitas Produk	20
a. Pengertian Kualitas Produk	20
b. Indikator Kualitas Produk.....	21
c. Kualitas Produk Secara Perspektif Islam	22
3. Harga	24
a. Pengertian Harga	24
b. Jenis-Jenis Kepercayaan	26
c. Indikator Harga.....	26
d. Harga Dalam Pandangan Islam	27
4. Lokasi.....	28
a. Pengertian Lokasi.....	28
b. Indikator Lokasi	29
c. Pemilihan Lokasi.....	29
5. Kehalalan Produk.....	30
a. Pengertian Kehalalan Produk.....	30

b. Penyeimbangan	31
c. Syarat-Syarat Penyeimbangan	32
d. Tata Cara Penyeimbangan	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
B. Jenis Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel	41
D. Sumber Data	42
E. Instrumen Pengumpulan Data	43
1. Kuesioner/angket	43
2. Wawancara	44
3. Dokumentasi.....	45
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas.....	45
G. Analisa Data.....	46
1. Uji Normalitas	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Multikolinearitas	47
b. Uji Heteroskedastisitas	47
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4. Uji Hipotesis.....	49
a. Uji Keefisien Determinasi.....	49
a. Uji Koefisien Parsial (Uji-t)	49
b. Uji Simultan (Uji-F)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN	51
A. Gambaran Objek Penelitian	51
1. Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak	52
2. Visi, Misi dan Tujuan Rumah Potong Nurti	52
B. Analisis Hasil Penelitian	56
1. Hasil Uji Validitas.....	57
2. Hasil Uji Reabilitas	58
3. Hasil Uji Normalitas	58
C. Hasil uji Asumsi Klasik	59
1. Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
D. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
E. Hasil Uji Hipotesis	64
1. Hasil Determinasi (Uji R^2).....	66
2. Hasil Uji Parsial (Uji t)	67

3. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	67
F. Pembahasan Hasil analisis Penelitian	71
G. Keterbatasan Penelitian	72
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Daftar Penjualan Daging Ayam Potong	5
Tabel I. 2	: Devenisi Operasional Variabel	8
Tabel II. 1	: Penelitian Terdahulu	35
Tabel III. 1	: Penetapan Skor atas Jawaban Angket	44
Tabel III. 2	: Kisi-Kisi Angket	45
Tabel IV. 1	: Hasil Uji Validitas Kualitas	54
Tabel IV. 2	: Hasil Uji Validitas Harga.....	54
Tabel IV. 3	: Hasil Uji Validitas Lokai	55
Tabel IV. 4	: Hasil Uji Validitas Kehalalan	55
Tabel IV. 5	: Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	56
Tabel IV. 6	: Hasil Uji Validitas Kualitas, Harga, Lokasi, Kehalalan	56
Tabel IV. 7	: Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel IV. 8	: Hasil Uji Normalitas	58
Tabel IV. 9	: Hasil Uji Muktikolinearitas	59
Tabel IV. 10	: Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel IV. 11	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel IV. 12	: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Tabel IV. 13	: Hasil Uji Parsial (Uji t)	65
Tabel IV. 14	: Hasil Uji Simultan (Uji F)	67

Daftar Gambar

Gambar 1.1	: Gambar Kerangka Pikir.....	5
------------	------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup
Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
Lampiran Gambar

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu sumber protein hewani untuk mencukupi kebutuhan pangan masyarakat adalah sumber protein yang berasal dari ayam potong. Produk daging ayam potong merupakan komoditas pangan yang unggul sebab daging ayam potong banyak kegunaan dan manfaatnya untuk menunjang kebutuhan gizi masyarakat. Daging ayam potong dapat dikonsumsi dan diterima oleh semua golongan masyarakat dan agama sebagai makanan yang memiliki nilai gizi yang tinggi. Berdasarkan informasi dari Dirjen Peternakan dan Kesehatan Hewan, didalam 100 gram daging ayam terkandung kalori sebesar 302 kal, lemak sebesar 25 gram, dan protein sebesar 22 gram serta mengandung kalsium, fosfor dan besi masing-masing sebesar 13 mg, 190 mg dan 1,5 mg.¹

Daging ayam merupakan jenis makanan bergizi yang sangat populer di kalangan masyarakat yang bermanfaat sebagai sumber protein. Hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi jenis makanan ini sebagai sumber protein. Hal ini disebabkan daging ayam merupakan salah satu bentuk makanan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya. Selain itu, daging ayam merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat, sehingga kebutuhan daging ayam juga akan terus meningkat. Kelebihan-

¹ E. T. Rahayu dan R. Dewanti, "Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pemilihan Daging Ayam Broiler Sebagai Konsumsi Rumah Tangga Di Surakarta," Jurnal Sains Peternakan, Vol. 16. 2018. hlm. 11.

kelebihan yang dimiliki daging ayam sebagai bahan konsumsi ini telah menyebabkan terdapatnya preferensi yang tinggi dari masyarakat. Konsumen cenderung sangat selektif dalam mengonsumsi bahan makanan, tingginya produksi ayam potong tidak lepas dari besarnya permintaan masyarakat terhadap daging ayam potong.

Konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam setiap pembelian daging ayam potong. Berbagai dasar pertimbangan konsumen yang menjadi alasan konsumen melakukan pengambilan keputusan terhadap pembelian ayam potong maupun lainnya.

Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga perusahaan harus jeli dan melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik perhatian dan minat konsumen. Faktor-faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain adalah faktor kualitas produk, harga produk, kehalalan produk, Lokasi, kualitas layanan, serta promosi.²

Kualiatas produk adalah hal penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Konsumen selalu ingin mendapatkan kualitas sesuai harga yang dibayar walaupun terdapat sebagian besar masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

² Mega Aynatusobik, "Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumwn Daging Ayam Potong Cv Daging Jaya Abadi Kartoharjo Nganjuk," Jurnal Smiki-Economic., Vol. 01. hlm. 3.

Kualiatas produk yang semakin baik akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian konsumen. Kualitas yang ditawarkan rumah potong Nurti bagus, dilihat dari daging ayam potong yang di jual masih segar atau ayamnya baru-baru, dan ayam yang di potong dalam keadaan sehat, sehingga kualitas daging ayam potong nurti masih setara dengan kualitas dirumah potong lainnya.

Selain memberikan kualitas produk yang baik kepada konsumennya, harga juga sangat penting dalam melakukan keputusan pembelian karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan. Suatu produk yang baik mensyaratkan kualitas produk yang baik. Harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Menurut Kotler dan Keler harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan waktu. Harga juga merupakan alat tukar terhadap suatu barang atau jasa.³

Lokasi merupakan tempat usaha untuk beroperasi atau tempat usaha yang melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang

³ Riyono, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati," Jurnal Stie Semarang, Vol. 8, No. 2. Juli 2016. hlm. 101.

memikirkan segi ekonominya.⁴ Rumah potong Nurti memiliki lokasi yang kurang strategis yaitu lokasinya sempit, tidak memiliki lingkungan yang luas atau tidak tersedianya lokasi yang luas untuk konsumen yang sedang berbelanja, sehingga konsumen kurang merasa puas saat berbelanja di rumah potong Nurti.

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan yang wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Baik itu produk berupa makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Dalam proses produksi bahan makan atau minuman banyak bahan utama dan bahan tambahan untuk memproduksi makanan atau minuman tersebut dengan bahan yang belum diketahui unsur kehalalannya.⁵ Rumah potong Nuti menjamin kehalalan daging ayam potongnya yaitu dengan menerapkan proses pemotongan daging ayamnya sesuai dengan syariat Islam, sehingga pembeli yang membeli disitu menjamin halalnya daging ayam tersebut, karena konsumen khususnya masyarakat Islam selalu mengharapkan makanan yang di beli halal, maka dari situ rumah potong Nurti menerapkan proses penyembelihannya sesuai syariat Islam supaya konsumen percaya akan halalnya daging ayam yang dibeli.

Rumah potong Nurti bergerak dibidang produksi dan penjualan daging ayam potong, daging ayam potong yang di jual di rumah potong Nurti kualitasnya baik setara juga dengan kualitas daging ayam potong di rumah

⁴ Iffa Tio Hanggita, "Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada UMKM Di Kecamatan Paciran," *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 8. Oktober 2018. hlm. 167.

⁵ Era Susanti dkk, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makana Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bsnis Islam)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, no. 1. Juni 2018. hlm. 45.

potong lainnya, dan harga yang ditawarkan rumah potong Nurti juga setara dengan harga di rumah potong lainnya, begitu juga kehalalan daging ayam di rumah potong Nurti menjamin kehalalan daging ayam potongnya dengan menjamin proses pemotongannya sesuai dengan syariat Islam. Namun lokasi rumah potong Nurti tidak strategis yaitu lokasinya yang sempit sehingga membuat para konsumen kurang nyaman saat berbelanja di rumah potong Nurti.

Tabel I.1
Data penjualan tahun 2021

Bulan	Penjualan
Januari	Rp. 15.000.000
Februari	Rp. 14.600.000
Maret	Rp. 14.000.000
April	Rp. 13.500.000
Mei	Rp. 13.000.000
Juni	Rp. 12.500.000
Juli	Rp. 12.000.000
Agustus	Rp. 11.750.000
September	Rp. 11.000.000
Oktober	Rp. 10.600.000
November	Rp. 9.700.000
Desember	Rp. 9.000.000

Sumber: Rumah Potong Nurti Tahun 2021

Berdasarkan data penjualan pada gambar di atas menjelaskan tentang penjualan Daging Ayam Potong di Rumah Potong Nurti yang terus mengalami penurunan dari bulan Januari sampai Desember tahun 2021. Rata-rata penurunan penjualan pada Rumah Potong Nurti 300,000 per bulannya. Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan yang dilakukan Rumah Potong Nurti terjadi penurunan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap beberapa konsumen ayam potong di pasar gunung tua ternyata lebih banyak memilih untuk membeli di rumah potong lainnya daripada di rumah potong Nurti. Tetapi kualitas ayam potong di rumah potong Nurti bagus setara juga dengan kualitas di rumah potong lainnya, begitu juga harga dan kehalalan di rumah potong Nurti setara dengan rumah potong lainnya, tetapi lokasi rumah potong Nurti terlalu sempit sehingga membuat konsumen kurang merasa puas dengan tempat berbelanja di rumah potong Nurti. Sehingga masih banyak yang tidak membeli di rumah potong Nurti, dan alasan konsumen lebih memilih di rumah potong lain karena konsumen lebih merasa puas dengan kualitas, harga, kehalalan dan lokasi yang ditawarkan atau dijual oleh rumah potong lain.

Pasar tradisioanal Gunung Tua yang berlokasi di Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak merupakan salah satu pasar di kabupaten padang lawas utara. Dalam hal ini lapangan usaha yang beraneka ragam pun bisa dikembangkan dari komoditas ayam ini, mulai dari olahan skala kecil sehingga produk olahan berskala besar, sehingga menjadikan ayam sebagai peluang usaha yang memiliki prospek cukup menjanjikan dan menguntungkan bagi para pelaku usaha baik peternak maupun menjual daging di pasar. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti diketahui meningkatnya jumlah penduduk membuat konsumsi masyarakat akan daging ayam akan meningkat. Faktor lain yang menyebabkan meningkatnya konsumsi akan daging ayam adalah daya beli masyarakat

dan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi gizi protein hewani semakin tinggi. Jika diperhatikan dengan seksama di daerah penelitian masyarakat menengah bawah maupun menengah atas, rata-rata mereka memilih mengkonsumsi daging ayam dibandingkan daging-daging lainnya yang tersedia di pasar gunung tua.⁶

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan peneliti maka dapat diidentifikasi masalahnya antara lain:

1. Kualitas Daging Ayam Potong Di rumah Potong Nurti cukup baik tetapi masih banyak masyarakat yang belum membeli di Rumah Potong Nurti.
2. Harga Daging ayam Potong di Rumah Potong Nurti setara dengan Rumah potong lainnya tetapi masih banyak masyarakat yang belum membeli di Rumah Potong Nurti.
3. Lokasi Rumah Potong Nurti cukup sempit dan kurang bersih dibandingkan rumah potong lain.

⁶ Nurul Arifah Fauzi dan Wijaya, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Btoiler Di Pasar Celancang,” Jurnal Agrijati, Vol. 34, no. 1. 2021. hlm. 70.

4. Kehalalan Dirumah Porong Nurti bisa dipastikan halal karena proses pemotongannya sesuai dengan syariat Islam tetapi masih banyak masyarakat yang belum membeli di Rumah Potong Nurti.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah peneliti dibatasi pada pembahasan ini, variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan kehalalan (X_4) serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

D. Defenisi Operasional

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah rasa puas atau tidak puas yang dirasakan konsumen yang dipengaruhi produk. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan dan keinginan 2. Dorongan hati 3. Perilaku sesudah membeli 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 	Skala Ordinal
2	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman produk 2. Kesesuaian 3. Ketahanan atau daya tahan 4. Kemampuan pelayanan 5. Kualitas yang dipersiapkan 	Skala Ordinal

⁷ Made Fajar Fernando, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitari Ware Toto Di Kota Denpasar," Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 1. 2018, hlm. 443.

		kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. ⁸		
3	Harga Produk (X2)	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Potongan harga 5. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 	Skala Ordinal
4	Lokasi (X3)	Lokasi merupakan letak sebuah toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lingkungan 	Skala Ordinal
5	Kehalalan Produk (X4)	Kehalalan produk merupakan hal yang penting bagi umat islam. Setiap umat islam wajib hukumnya dalam mengkonsumsi makanan halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyembelihan 2. Syarat- syarat penyembelihan 3. Tata cara penyembelihan 	Skala Ordinal

⁸ Made Fajar Fernando, hlm. 444.

⁹ Rina Delfita, "Evaluasi Teknik Pemotongan Ayam Ditinjau Dari Kehalalan Dan Keamanan Pangan Di Kabupaten Tanah Datar," Jurnal Sainstek, Vol. V, no. 1. Juni 2013, hlm. 80.

¹⁰ Iffa Tio Hanggita, "Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada UMKM Di Kecamatan Paciran," hlm. 168.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak?
4. Apakah kehalalan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak?
5. Apakah Kualitas produk, Harga, Lokasi dan Kehalalan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Daging Ayam Potong di Rumah Potong Nurti di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.
4. Untuk mengetahui pengaruh kehalalan produk terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kehalalan terhadap keputusan pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan pengalaman, pengetahuan, dan wawasan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh peneliti selama kuliah dan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana (S-1) pada Jurusan Ekonomi syariah dan Bisnis Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang mengenai kualitas, harga dan kehalalan terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi dan sebagai referensi bagi penulis selanjutnya, serta bisa membantu para pelajar untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yang berisi uraian yang menunjukkan adanya masalah yang diangkat menjadi objek dalam penelitian ini, identifikasi masalah yang berisi tentang uraian penjelasan seluruh aspek yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, batasan masalah yang berisi tentang sampai diman batas penelitian dilakukan. Defenisi operasional variabel yang menjelaskan indikator setiap variabel yang akan diteliti, rumusan masalah berisi tentang pertanyaan pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian berisi tentang manfaat yang akan diperoleh setelah penelitian ini.

BAB II Landasan Teori terdiri atas kerangka teori membahas tentang keputusan konsumen, kualitas produk, harga, lokasi dan kehalalan, yang menjadi objek dalam penelitian ini, dilanjutkan dengan penelitian terdahulu yang berisi tentang penelitian orang lain yang relevan yang bisa dijadikan sebagai bahan perbandingan, kerangka pikir berisi tentang pemikiran peneliti tentang variabel penelitian yang akan dipecahkan masalahnya dan hipotesis berisi tentang jawaban sementara mengenai kemungkinan yang terjadi dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian yang membahas tentang lokasi dan waktu penelitian berisi tentang dimana penelitian ini dilakukan dan

dimulai sejak kapan hingga kapan penelitian ini akan selesai, jenis penelitian berisi tentang jenis penelitian apa yang digunakan dalam penelitian ini, populasi dan sampel berisi seluruh data yang akan diteliti dan data yang mewakili penelitian, instrumen pengumpulan data berisi alat yang membantu dalam pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, dan analisis data berisi tentang metode yang digunakan dalam mengelola data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang isinya tentang gambaran umum objek penelitian yang akan dilakukan peneliti, hasil uji analisis data yang diolah dengan bantuan program komputer SPSS versi 23, setelah itu peneliti membahas hasil dari penelitian yang telah diolah menggunakan SPSS 23.

BAB V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan di atas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan di beli atau tidak melakukan pembelian atau keputusan itu diperoleh kegiatan- kegiatan sebelumnya. Dalam proses pengambilan keputusan perilaku konsumen sangat berpengaruh penting.¹¹ Sesuai dengan teori yang di ungkapkan oleh kotler dan amstrong keputusan pembelian konsumen adalah membeli produk yang disukai dari berbagai alternatif yang ada, dua faktor yang bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Menurut Kotler, keputusan pembelian konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Berbagai faktor dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Proses keputusan pembelian terdiri dari ilmu tahap yang dilakukan oleh seorang pembeli sebelum mengambil keputusan pembelian dan kemudian setelah pembelian, keputusan pembelian

¹¹ Friani Glorir. Dkk, "Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up," Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No. 2 . 2018. hlm. 89.

ini tidak terlepas dari ketidak puasan dan kepuasan setiap pelanggan terhadap pelayanan produk atau jasa. Maka dari itu konsep keputusan pelanggan tidak akan lepas dari kepuasan pelanggan, Secara umum manusia akan melakukan pertimbangan sebelum bertindak atas segala sesuatu yang dapat mengurangi resiko atau tindakan yang dapat dilakukan untuk mengurangi resiko tersebut.

Pembelian produk atau jasa yang dilakukan oleh konsumen digolongkan ke dalam tiga macam yaitu:

1) Pembelian yang terencana sepenuhnya

Pembelian yang terencana sepenuhnya biasanya adalah hasil dari proses keputusan yang diperluas atau keterlibatan yang tinggi. Jika konsumen telah menentukan pilihan produk dan merek jauh sebelum pembelian dilakukan.

2) Pembelian yang separuh terencana

Konsumen yang sudah mengetahui suatu produk yang ingin dibeli sebelumnya dan memutuskan produk tersebut di toko, maka ini termasuk pembelian yang separuh terencana. Sudah direncanakan apa yang akan dibeli, akan tetapi berubah setelah sampai pada toko karena hal atau pengaruh lain.

3) Pembelian yang tidak terencana

Konsumen sering kali membeli suatu produk tanpa direncanakan terlebih dahulu. Keinginan untuk membeli sering

kali muncul pada saat berada dipusat perbelanjaan. Misalnya karena ada display pemotongan harga dan pengaruh yang lain.

schiffman dan kanuk mendefinisikan bahwa suatu keputusan adalah sebagai penentuan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan yang alternatif. Seorang konsumen yang sudah melakukan pilihan maka dia harus memiliki pilihan alternatif.¹²

b. Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses keputusan pembelian untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa yang dapat dipengaruhi lingkungan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yaitu, faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi dan faktor Psikologis.

1) Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan pengaruh terhadap keputusan pembelian, budaya sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya yaitu penentu keinginan dan perilaku yang mendasar terhadap pengambilan keputusan.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya. Sebelum memutuskan untuk

¹² Ujang Sumarwan, "Perilaku Konsumen" (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 357.

membeli produk, konsumen akan mempertimbangkan apakah pembelian produk tersebut diperbolehkan atau tidak oleh aturan atau undang-undang yang berlaku. Jika diperbolehkan, konsumen akan melakukan pembelian. Namun, jika dilarang tidak akan melakukan pembelian. Atau bisa juga karena faktor aturan dari keluarga

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu, usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap mempengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan mempengaruhi sikap.¹³

c. Keputusan Pembelian Dalam Islam

Dalam Islam proses pengambilan keputusan dijelaskan dalam beberapa ayat yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan

¹³ Meithiana Indrasari, "Pemasaran & Kepuasan Pelanggan" (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 76.

dalam segala aktifitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditetapkan pada sifat adil dan berhati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat: 06:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنِ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا

قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.” [Q.S Al- Hujurat: 06] ¹⁴

Dari terjemahan ayat diatas menjelaskan agar lebih berhati- hati dalam berbuat atau menyampaikan sesuatu hal kepada oranglain agar tidak mencelakakan orang lain, dan sebagai umat manusia hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka periksa dan teliti terlebih dahulu.

Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat Islam dalam melakukan pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi atau menggukan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang

¹⁴ Departemen Agama RI, “Al-Qur’an dan Terjemahannya” (Surabaya: Halim, 2018), hlm. 515.

dilalui seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan konsumen. Yaitu dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan dan setelah melakukan pembelian.¹⁵

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor yang terdapat pada suatu produk yang mengakibatkan produk tersebut bernilai dengan tujuan untuk apa produk itu diproduksi atau di kelolah. kualitas ditetapkan sekumpulan kegunaan atau fungsinya termasuk didalamnya daya tahan, kenyamanan, ketidak tergantungan pada produk atau komponen lain, wujud luar, dan harga yang ditetapkan oleh biaya produk.¹⁶

Kualitas produk adalah sebagai seluruh gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan dan dapat memenuhi keinginan atau harapan pelanggan atau konsumen.

Suatu produk untuk menjalankan fungsinya meliputi daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, keandalan, dan perbaikan kemudian atribut yang bernilai lainnya. kualitas adalah suatu

¹⁵ Inti Bintang Fortuna, "Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Dalam Perspektif Islam," Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, hlm. 47.

¹⁶ Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, "Manajemen Pemasaran Jasa" (Jakarta: Selemba Empat, 2007), hlm. 175.

kemampuan yang biasa dinilai dari suatu merek barang itu dalam menjalankan fungsinya.¹⁷

b. Indikator kualitas produk

Berikut adalah indikator dari kualitas yang menentukan dimensi kualitas produk, yaitu:

1) Keragaman produk

keragaman produk biasanya diukur secara memihak oleh masing-masing individu yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas produk atau jasa. dengan demikian perkembangan kualitas suatu produk menentukan karakter yang elastisitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

2) Kesesuaian

kualitas suatu barang adalah kesesuaiann produk tersebut dengan nilai standar dalam memproses atau mengelola barang.

3) Ketahanan atau daya tahan

Waktu tahan lamanya suatu produk dapat dilihat dari segi ekonomis maupun teknis. secara teknis ketahanan suatu produk diartikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh setiap individu sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis ketahanan diartikan sebagai umur atau lamanya produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadinya kecacatan dan keputusan untuk mengganti produk.

¹⁷ Catur Rismiati. E dan Ig. Bondan Suratno, "Pemasaran Barang dan Jasa" (Yogyakarta: Kanisius, 2011), hlm. 227.

4) Kemampuan pelayanan

Kemampuan pelayanan sama juga dengan kecepatan, kegunaan, kompetensi, dan kemudahan produk untuk diperbaiki titik dimensi ini menunjukkan bahwa seorang konsumen tidak hanya melihat penurunan kualitas produk tetapi harus memperhatikan waktu juga sebelum melakukan penyimpanan produk, pembagian jadwal pelayanan, proses komunikasi dengan staf, dan frekuensi pelayanan perbaikan terhadap kekurangan dari produk dan pelayanan lainnya.

5) Kualitas yang dipersepsikan

Konsumen tidak selalu mempunyai informasi yang banyak tentang atribut-atribut suatu produk atau jasa namun pada umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung.¹⁸

c. Kualitas Produk Secara Perspektif Islam

Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, yang menghasilkan material, moral, spritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak memiliki kegunaan dilarang dalam Islam karena bukan produk dalam Islam. Barang yang dapat dipertukarkan dan memiliki guna secara moral adalah menurut Islam.¹⁹

¹⁸ Muhammad Hidayat, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Pada Azdian Water Simangambat," Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2020, hlm. 176-179.

¹⁹ Veithzal Rivai Zainal, dkk, "Islamic Business Management: Praktek Managemen Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam" (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 380.

Masalah dalam kualitas produk yang diproduksi terdiri atas dua komponen yaitu manfaat dan berkah, perusahaan yang menaruh perhatian pada laba, maka manfaat yang diperoleh adalah berupa materi. Berkah akan diperoleh apabila perusahaan menerapkan prinsip dan nilai Islam dalam kegiatan produksinya.

Mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum, Semua yang diperkenankan baik untuk dimakan dan diminum tidak kotor dan menjijikkan. Dalam pandangan islam kualitas produk ialah produk yang disajikan harus bersih dan tidak kotor. Salman mengatakan bahwa Rasulullah SAW berkata “Makanan yang diberkahi jika kita mencuci tangan sebelum dan sesudah memakannya”.²⁰

produk yang dibeli dan di makan maupun di pakai konsumen yaitu yang memiliki kualitas secara hukum artinya supaya tidak berdampak negatif dalam kehidupan kita. selain itu seorang penjual juga harus memberikan hasil usaha yaang baik juga, yaitu baik berupa produk atau barang dan jasa yang mempunyai kualitas yang baik sehingga pembeli tidak akan merasa kecewa setelah membeli suatu produk itu.²¹

²⁰ Abdul Masan, “Teori Dan Praktek Ekonomi Islam” (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Jasa, 2002), hlm. 45-46.

²¹ Muhammad Hidayat, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Pada Azdian Water Simangambat,” hlm. 17-19.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pembeli kepada penjual sebagai bayaran atau alat tukar terhadap produk atau jasa tertentu. Harga merupakan satu-satunya unsur pemasaran yang menghasilkan penerimaan penjualan. Penetapan harga yaitu persoalan yang sangat penting, masih banyak perusahaan yang mampu menangani suatu permasalahan berkaitan dengan penetapan harga tersebut. Karena perusahaan menghasilkan penerimaan penjualan maka harga sangat mempengaruhi keuntungan, tingkat penjualan, dan permintaan terhadap suatu produk dalam pasar dapat dicapai oleh perusahaan.²²

Tingkat harga yang ditentukan suatu perusahaan dapat disesuaikan dengan strategi perusahaan secara menyeluruh dalam situasi dan kondisinya tertentu. tingkatan harga dapat berbeda – beda berdasarkan kualitas atau nilai suatu produk, tingkat harga akan berbeda-beda mulai dari harga yang tergolong murah sampai dengan harga yang tergolong mahal dan harga yang akan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat, baik kalangan bawah, menengah dan kalangan atas.

²² Dwyer dkk., “Busines Marketing: Strategy, Relationship And Learning. Edisi Internasional” (Singapore: Mc Graw-Hill, 2009), hlm. 234.

1) Tujuan Penentuan Harga

Dalam menetapkan harga suatu perusahaan harus mempertimbangkan tujuan perusahaan tersebut. Menurut Ebert Friffin terdapat dua macam dari tujuan perusahaan dalam menetapkan harga produknya yaitu untuk meningkatkan pangsa pasar dan untuk memaksimalkan keuntungan.²³

2) Memperluas Pangsa Pasar

Pangsa pasar perusahaan ialah persentasi dari hasil penjualan yang dimiliki suatu perusahaan mulai dari total penjualan industri. Produk yang baru akan mengharapkan tujuan tersebut. Harga jual dari suatu produk akan dibuat semurah mungkin bahkan saja sampai merugi juga hanya untuk menarik minat pembeli untuk membeli suatu produk itu serta memakai produk atau mengonsumsi produk tersebut. namun setelah produk itu sudah mencapai pangsa pasarnya maka harga produk itu akan naik kembali, dan begitu juga dengan jangka panjang perusahaan itu juga memerlukan keuntungan agar perusahaan itu tetap berjalan dengan lancar.

3) Memaksimalkan keuntungan

Suatu perusahaan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan yang maksimal akan memberikan perhatian yang banyak terhadap pendapatan yang

²³ Sunardi dan Anita Primastiwi, "Pengantar Bisnis: Pengantar bisnis , Konsep Strategi & kasus" (Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service), 2015), hlm. 191.

dicapainya, harga jual produknya, dan seberapa banyak produk yang dihasilkan.

b. Strategi Penetapan Harga

Ada dua strategi penetapan harga dalam pemasaran yaitu:²⁴

1) penetrasi pasar

dengan harga yang murah diharapkan tingkat penjualan pasar banyak atau tinggi, terdapat beberapa keadaan persyaratan pasar yang dapat dilaksanakan sebagai pengembangan pasar ialah, pasar sangat sensitif dengan harga, harga yang murah dapat menghalangi kemungkinan masuknya saingan, biaya produksi dan distribusi akan bisa turun dengan cepat sebagaimana hasil dalam jangka pendek mudah untuk dinaikkan.

2) Market Skimming

Dengan harga yang tinggi pada awalnya dan kemudian akan turun dengan perlahan.

c. Indikator Harga.

1) Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga adalah dimana harga yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan mampu menjangkau semua kalangan konsumen, dari kalangan atas, menengah, sampai kalangan bawah.

²⁴ M. Mursid, "Manajemen Pemasaran" (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 81.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Suatu mutu produk yang sangat sesuai dengan harga yang dipasarkan oleh sebuah perusahaan.

3) Daya Saing Harga

Harga yang ditetapkan suatu perusahaan mungkin sangat berbeda dengan perusahaan lain yang menjual produk yang sama.

4) Potongan Harga

Potongan harga sangat perlu dilakukan oleh suatu perusahaan gunanya untuk menarik perhatian para konsumen agar mau membeli produknya.

5) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Suatu harga produk atau barang tergantung bagaimana manfaat dari barang atau produk tersebut kepada konsumen apabila konsumen membelinya.²⁵

d. Harga Dalam Padangan Islam

Harga dalam teori ekonomi islam yaitu ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan terjadi antara penjual dan pembeli dengan bersikap saling merelakan. Harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan

²⁵ Djaslim Saladin, "Manajemen Pemasaran" (Bandung: Linda Karya, 2010), hlm. 176.

kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.

Menurut Ibnu Taimiyah, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Naik turunnya harga disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan proses impor barang yang dibutuhkan. Bila permintaan naik dan penawaran turun harga-harga akan naik. Dan bila persediaan barang meningkat permintaan terhadap suatu barang akan menurun, harga akan turun.²⁶

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Lokasi usaha dapat juga disebut dengan saluran distribusi perusahaan karena lokasi berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen atau sering disebut lokasi sebagai tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen. Lokasi juga mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyaluran barang dan jasa produsen kepada konsumen. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan, area yang dipilih harus mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat

²⁶ Rozalinda, "Ekonomi Islam" (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 160.

mempertahankan kelangsungan hidup baik dalam usaha perdagangan eceran ataupun lainnya.²⁷

b. Indikator Lokasi

- 1) Akses. Misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
- 2) Visibilitas. Yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas jarak pandang normal.
- 3) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau perdagangan.²⁸

c. Pemilihan Lokasi

Faktor yang terpenting dalam memilih lokasi yang ideal:

- 1) Tersedianya sumber daya. Tersedianya sumber daya terutama bahan mentah sebagai bahan baku produksi, tenaga kerja, dan sarana transportasi akan membantu pengusaha dalam banyak hal.
- 2) Pilihan wirausahawan pertimbangan pilihan dalam menentukan tempat usaha disesuaikan dengan keinginan kuat wirausaha itu sendiri.
- 3) Kemudahan dalam mencapai konsumen, seorang pengusaha dalam menentukan tempat usahanya berorientasi pada pasar.²⁹

²⁷ Riyanto, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Melati Berjaya)," Skripsi: Universitas Buddhi Dharma Tangerang, 2020, hlm. 37.

²⁸ Riyanto, hlm. 39.

²⁹ Mimi SA, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market," Jurnal Ekonomi, Vol. 10, no. 10 (2018).

5. Kehalalan produk

a. Pengertian Kehalalan

Kehalalan produk merupakan hal yang penting bagi umat Islam. Setiap umat Islam wajib hukumnya dalam mengonsumsi makanan halal. Syariat Islam telah mengatur cara pemenuhan kebutuhan pangan manusia seperti yang tertera di dalam Alqur'an surat AL-Maidah ayat 88. Yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ

مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya: Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (Q.S, Al-Maidah: 88).³⁰

Pada ayat ini Allah memerintahkan kepada hamba-Nya agar mereka makan rezky yang halal dan baik, yang telah dikaruniakan-Nya kepada mereka. “Halal” di sini mengandung pengerian halal bendanya dan halal cara memperolehnya. Sedangkan “baik” adalah dari segi manfaatnya, yaitu manfaat dan maslahat bagi tubuh, mengandung gizi, vitamin, protein dan sebagainya. Prinsip “halal

³⁰ Departemen Agama RI, “Al-Qur'an dan Terjemahannya,” hlm. 121.

dan baik” ini hendaknya menjadi perhatian dalam menentukan makanan dan minuman yang akan dimakan untuk diri sendiri dan untuk keluarga, karena makan dan minuman ini tidak hanya juga terhadap rohani.³¹

b. Penyembelihan

penyembelihan merupakan tindakan memutus empat urat yang ada pada hewan diantaranya tenggorokan, kerongkongan dan dua urat yang dibagian samping leher. Letak dan posisi pemotongan dapat dilakukan dibagian atas leher atau dibagian bawah leher, atau dalam situasi yang tidak memungkinkan dilakukannya penyembelihan dileher.

Ada dua macam penyembelihan, yaitu menyembelih hewan yang telah dikuasai dan menyembelih hewan yang tidak dikuasai. Penyembelihan hewan dengan makdut dikuasai yaitu dengan cara memotong jalan makan, jalan nafas, menusuk bawah tenggorokan dan tempat kalung. Menyembelih dengan tidak dikuasai yaitu hewan yang diperoleh atau didapatkan dengan cara berburu menggunakan senjata atau menombak hewan tersebut.³²

Sebelum melakukan proses penyembelihan, terlebih dahulu kita harus mengetahui rukun dalam menyembelih, yaitu:

³¹ Qur'an Kemenag, "Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an", <https://play.google.com/apps/details?id=com.quran/kemenag>, diakses 14 Januari pukul 22.20.WIB.

³² Suardi Kaco dan Nur Fatriana, "Praktik Penyembelihan dan Pengelolaan Ayam Rumah Potong Ayam Kecamatan Polewali (Tinjauan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal)," Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam, Vol.5, no. 2. November 2020. hlm. 150.

1) Syarat bagi penyembelih

Hendaknya orang islam atau ahli kitab (orang yang berpegangan dengan kitab-kitab Allah, selain Al-Qur'an) dan dilakukan dengan sengaja.

2) Hewan yang disembelih

Hewan yang disembelih adalah hewan yang halal, baik halal zatnya maupun halal cara memperolehnya, bukan hasil mencuri atau menipu. Hewan yang disembelih harus pada bagian yang ditentukan, yaitu pada leher dengan memotong dua urat darah, kerongkongan dan tenggorokan.

3) Alat penyembelih

Alat yang digunakan untuk menyembelih hewan harus yang tajam agar dapat mempercepat proses kematian binatang itu dan tidak terlalu menderita sewaktu disembelih.

4) Tujuan penyembelihan

Penyembelihan dilakukan untuk tujuan yang diridhoi Allah SWT, bukan untuk tumbal atau sajian nenek moyang, berhala, atau upacara kemusyrikan lainnya.

c. Syarat- syarat penyembelihan

Penyembelihan dianggap sah apabila telah memenuhi syarat yaitu:

- 1) Binatang itu hidup (mustaqirrah) di awal penyembelihannya walaupun secara dugaan saja.

- 2) Alat penyembelihannya harus tajam dan dapat mengalirkan darah.
- 3) Menyebut nama Allah, yaitu mengucapkan “Bismillahiwallohu Akbar” atau “Bismillahi” saja.
- 4) Memotong tenggorokan di bagian bawah jakun (lidah kecil), serat memotong kerongkongan dan dua urat leher sekaligus.
- 5) Penyembelihan adalah seorang yang layak, yaitu seorang muslim berakal yang baligh atau anak yang sudah mumayyiz.
- 6) Jika menemukan kesulitan untuk menyembelih hewan karena terjatuh kedalam sumur misalnya atau karena lepas, boleh dilakukan penyembelihan dengan menyentuhkan alat penyembelih pada bagian tubuh manapun dari binatang tersebut yang dapat mengalirkan darah.

d. Tata cara penyembelihan

Adapun urutan penyembelihan hewan sebagai berikut:

- 1) Hewan yang akan disembelih direbahkan.
- 2) Dilakukan dengan menghadap kiblat, begitu pula dengan hewan yang disembelih.
- 3) Potonglah urat nadi dan kerongkongannya yang ada di kiri kanan leher, sampai putus agar lekas mati.
- 4) Saat menyembelih membaca basmalah.
- 5) Hewan yang lehernya agak panjang maka menyembelihnya dipangkal leher sebelah atas agar lekas mati.

- 6) Setelah hewan itu benar-benar mati sempurna barulah boleh dikuliti.³³

B. Penelitian Terdahulu

Tabel I.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama/ tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Riyono (Jurnal STIE Semarang 2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati	Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen air minum Aqua.
2.	Nina Cendana (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padang Sidimpuan 2017)	Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada CV. Kampoeng Kaos Madina Panyabungan	Harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pada CV. Kampoeng Kaos Madina Panyabungan. Dan produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3.	Mega Aynatusobik (Jurnal Simki Economic 2017)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Daging Ayam Potong. Cv Daging Jaya Abadi Kartoharjo Nganjuk	Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen daging ayam potong cv daging jaya abadi kartoharjo nganjuk.
4.	Elvira Rosa	Analisis	Harga berpengaruh

³³ Suardi Kaco dan Nur Fatriana, hlm. 152-154.

- | | | |
|---|---|---|
| Amanda Putri
(Skripsi Fakultas
Ekonomi
Universitas
Semarang 2019) | Pengaruh Harga,
kualitas, dan
Promosi
Terhadap
Keputusan
Pembelian
Pakan Broiler
PT. Malondo
Feedmill Tbk | positif dan signifikan
terhadap keputusan
pembelian yang berarti
apabila harga
ditingkatkan maka akan
meningkat keputusan
pembelian, kualitas
berpengaruh positif dan
signifikan terhadap
keputusan pembelian
yang berarti apabila
kualitas ditingkatkan
maka akan meningkat
keputusan pembelian,
promosi berpengaruh
positif dan signifikan
terhadap keputusan
pembelian yang berarti
apabila promosi
ditingkatkan maka akan
meningkat keputusan
pembelian. |
| 5 Fadhun Nabila
Bachdar (Skripsi
Fakultas
Ekonomi Dan
Bisnis Islam,
Institut Agama
Islam Negeri
(IAIN) Manado
2020) | Pengaruh Label
Halal Terhadap
Keputusan
Pembelian
Daging ayam Di
Jumbo Pasar
Swalayan Kota
Manado | Label halal berpengaruh
positif dan signifikan
terhadap keputusan
pembelian. |

Dari penelitian di atas, terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Perbedaan dengan penelitian ini Riyono adalah pada variabel indeviden yaitu Kualitas Produk, Harga, Promosi dan citra merek sedangkan penelitian ini variabel indeviden adalah Kualitas Produk, Harga, lokasi dan Kehalalan, Lokasi penelitian Riyono di Kota Pati sedangkan penelitian ini di Pasar Gunung Tua.

persamaan penelitian ini adalah variabel devenden yaitu Keputusan Pembelian.

2. Perbedaan dengan penelitian ini Nina Cendana adalah variabel indevenden yaitu Produk dan harga, kualitas. sedangkan penelitian ini variabel indevenden yaitu kualitas produk, harga, lokasi dan kehalalan, Lokasi penelitian Nina Cendana pada CV. Kampoeng Kaos Madina Panyabungan Secara Persial. sedangkan penelitian ini di Pasar gunung Tua. Persamaan dengan penelitian ini ada di variabel dependen yaitu keputusan pembelian dan di variabel indevenden harga.
3. Perbedaan dengan penelitian ini Mega Aynatusobik adalah pada variabel indevenden yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, sedangkan penelitian ini dengan variabel indevenden yaitu kualitas produk, harga, kehalalan, dan lokasi Mega aynatusobik di CV. Daging Jaya Abadi Kartoharjo Nganjuk sedangkan penelitian ini di Pasar gunung Tua. Persamaannya yaitu pada variabel devenden yaitu keputusan pembelian.
4. Perbedaan dengan penelitian ini Elvira Rosa Amanda Putri adalah variabel indevenden yaitu harga, kualitas produk, dan promosi. Sedangkan penelitian ini dengan variabel indevenden kualitas produk, harga, dan kehalalan. Dan lokasi penelitian Elvira Rosa Amanda Putri di PT. Malindo Feedmill Tbk, sedangkan penelitian ini berlokasi di Pasar Gununt Tua. Kecamatan Padang Bolak.

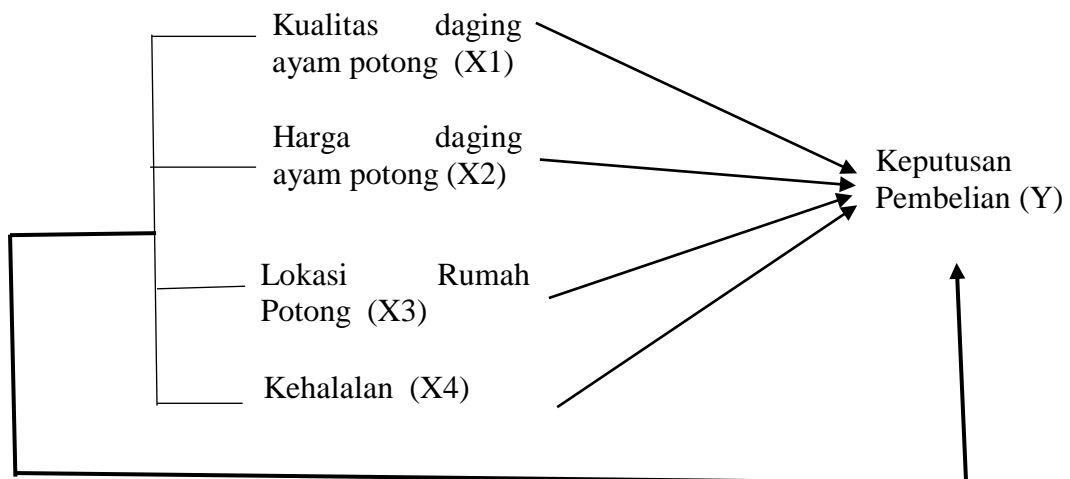
Persamannya yaitu pada variabel devenden yaitu keputusan pembelian.


5. Perbedaan antara penelitian ini dengan Fadlun Nabila Bachdar pada variabel indevenden ada satu yaitu lebel halal sedangkan penelitian ini ada tiga variabel indevenden yaitu kualitas produk, harga dan kehalalan. Lokasi penelitian ini di Pasar Swalayan Kota Manado sedangkan penelitian ini di Pasar Gunung Tua. Persamaan penelitian ini adalah pada variabel devenden yaitu keputusan pembelian.

C. Kerangka Pikir

Keputusan pembelian terhadap ayam potong di pengaruhi oleh faktor kualitas, harga, lokasi dan kehalalan, maka faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam potong yang dijadikan variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar I.1
Kerangka Pikr



Keterangan:  Pengaruh secara parsial
 Pengaruh secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan ataupun jawaban sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Hasil pembuktian dari hipotesis ini bisa salah bisa juga betul, salah atau betul bukan menjadi masalah dalam penelitian ini yang penting adalah mengapa bisa salah dan mengapa bisa betul.³⁴

Berdasarkan kerangka teori dan kerangka pikir diatas, dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha1 : Terdapat pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara.

Ha2 : Terdapat pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara.

Ha3 : Terdapat pengaruh lokasi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara.

³⁴ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Mudin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, (Bandung: Gramedia, 2011), hlm. 65.

Ha4 : Terdapat pengaruh Kehalalan Rumah Potong Nurti terhadap keputusan pembelian daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara.

Ha5 : Terdapat pengaruh kualitas produk, harga, kehalalan dan Lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua, Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang lawas Utara. Sumatera Utara 22753, Indonesia. waktu penelitian ini dimulai pada bulan September- Desember Tahun 2022. Alasan penelitian memilih lokasi tersebut karena pendapatan di rumah potong Nurti kurang maju di bandingkan rumah potong lain di Pasar Gunung Tua.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan variabel. Variabel-variabel ini akan diukur (biasanya dengan instrumen penelitian), Sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan proses statistik.³⁵

C. NPopulasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh nilai hasil perhitungan serta pengukuran mengenai sekelompok objek/ individu yang sedang menjadi sasaran penelitian. Adapun populasi penelitian ini adalah

³⁵ Juliansyah Noor, "Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah" (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 38.

pelanggan rumah potong Nurti di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh populasi, bisa juga dikatakan sampel adalah bagian yang terkecil yang diambil dari populasi yang sudah ditentukan.³⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen rumah potong Nurti.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus populasi tidak diketahui, karena data pembelian di rumah potong nurti tidak diketahui secara pasti, rumus pengambilan sampelnya yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = Mengacu pada tingkat kepercayaan. Dalam penelitian ini ditentukan sebesar 90 %, maka Z = 1,65

P = maksimal estimasi = 50% = 0,5

Jadi, $0,5 (1-0,5) = 0,5 \times 0,5 = 0,25$

e = kesalahan sampel yang ditolelir, dalam penelitian ini sebesar 10 % = 0,1

dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

³⁶ Ismail Nurdin & Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019), hlm. 95.

$$n = \frac{1,65^2 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$n = 68,0625$ dibulatkan menjadi 70 responden

jadi, untuk sampel rumah potong Nurti ini berjumlah 70 responden. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap ada kaitannya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Data primer juga adalah sebagai data asli atau data baru untuk memperoleh data primer peneliti harus mengumpulkan data secara langsung.³⁷ Teknik yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada, di diperoleh dengan

³⁷ Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, "Metode Penelitian" (Medan: Medan, 2021), hlm. 98.

berbagai sumber seperti pusat statistik, jurnal, buku, laporan dan lain-lain.³⁸

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu bagi penelitian didalamnya menggunakan data atau informasi dari responden:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan salah satu cara yang dilakukan seorang peneliti untuk mengumpulkan data-data dan menyebarkan sejumlah lembar kertas yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang harus responden jawab dan dalam hal ini peneliti membuat 43u acara dalam penyebaran angket yaitu dengan cara berantai dan langsung, untuk penyebaran angket peneliti harus langsung pergi ke lokasi pasar gunung tua dan langsung memberikan angket terhadap responden dan jika terdapat responden yang kurang paham dengan angket tersebut si peneliti dapat membantu langsung.

Tabel III. 1
Skala likert

No	Pilihan Jawaban	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Kurang Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

³⁸ Budi Gautama siregar dan Ali Hardana, hlm. 102.

Tabel III. 2
Kisi- kisi Angket
Indikator

No	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Keputusan Pembelian (Y)	-Pengenalan kebutuhan dan keinginan -Dorongan Hati -Perilaku Sesudah Membeli -Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain	1, 2 dan 3 4 dan 5 6, 7 dan 8 9 dan 10
2	Kualitas (X ₁)	-keragaman Produk -Kesesuaian -Ketahanan Atau Daya Tahan -Kemampuan Pelayanan -Kualitas Yang Dipersepsikan	1 dan 2 3 dan 4 5 dan 6 7 8
3	Harga (X ₂)	-Keterjangkauan Harga -Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk -Daya Saing Harga -Potongan Harga -Kesesuaian Harga Dengan manfaat Produk	1 dan 2 3 dan 4 5 dan 6 7 8
4	Lokasi (X ₃)	-Akses -Visibilitas -Lingkungan	1,2 dan 3 4 dan 5 6, 7 dan 8
5	Kehalalan (X ₄)	-Penyembelihan -Syarat-syarat Penyembelihan -Tata Cara Penyembelihan	1,2 dan 3 4, 5 dan 6 7 dan 8

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data, serta mendapatkan keterangan dalam hal tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara berhadapan antara yang diwawancarai dan pewawancara atau penanya, wawancara digunakan untuk sebagai teknik pengumpulan

data dan ingin mengetahui hal-hal dari responden adapun maksudnya disini yaitu peneliti mewawancarai salah satu masyarakat gunung tua.³⁹

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang akan dilakukan peneliti yaitu konsumen yang sudah diwawancarai akan di foto untuk sebagai bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan wawancara langsung ke pasar gunung tua, dalam melaksanakan dokumentasi peneliti harus menyelidiki hal-hal seperti berupa tulisan, jurnal, catatan, karya-karya dari seseorang.

F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner tersebut. Validitas juga berkaitan dengan persoalan untuk membetasi kesalahan-kesalahan dalam penelitian ini sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna dilaksanakan.⁴⁰

1). Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.

2). Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan penetapan responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konsep-konsep yang merupakan ukuran suatu variabel dan disusun dalam bentuk angket. uji reliabilitas dilakukan dengan cara bersamaan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang lebih dari satu variabel, uji

³⁹ Salim dan Sahrun, "Metode Penelitian Kuantitatif" (Bandung: Citapustaka Media, 2007), hlm. 119.

⁴⁰ Budi Gautama siregar dan Ali Hardana, "Metode Penelitian," hlm. 118.

reliabilitas seharusnya dilakukan pada masing-masing lembar kerja yang berbeda agar mudah diketahui konsep variabel yang mana yang tidak reliabel, uji reliabilitas dilakukan dengan SPSS versi 23, suatu konsep variabel akan dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

G. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun hasil data secara sistematis dalam hasil wawancara, dokumentasi lapangan, catatan dan dengan cara menyusun bagian data-data kedalam suatu sistem yang berfungsi menerkan kedalam unit-unit, membentuk hasil yang baru, mengatur kedalam model, menentukan mana yang penting dan akan dikuasai dan membuat kesimpulan yang akan mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah yang digunakan untuk menentukan data-data yang telah terkumpul dan tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan atau yang diambil dari populasi yang normal karena data yang normal merupakan syarat dilakukannya tes parametrik, sedangkan data yang tidak mempunyai data yang normal maka analisisnya menggunakan non parametrik. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dengan menggunakan uji *kolmogrov smirnov* jika nilai signifikan dari hasil uji *kolmogrov smirnov* dengan nilai signifikan > 0,1 maka data

berdistribusi normal dan sebaliknya jika hasil uji *kolmogrov smirnov* dengan nilai signifikan $< 0,1$ maka data tidak normal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas adalah uji variabel yang bersifat bebas, dimana terdapat korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika kedua variabel ada maka variabel tersebut berkorelasi sangat kuat, secara sederhana regresi cukup diwakili dari satu variabel saja. Multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melihat VIF (*variance inflation factors*) dan nilai tolerance. Jika VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas begitu juga sebaliknya.⁴¹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik, karena dapat digunakan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan variasi dari residual suatu pengakji ke pengkjian lainnya, Kriteria pengujian yaitu:

Sig $> 0,1$ artinya data tidak terkenne heteroskedastisitas.

Sig $< 0,1$ artinya data terkenne heteroskedastisitas.⁴²

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis linier berganda adalah suatu metode statistik yang mengamati hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas,

⁴¹ Fridayana Yudiatmaja, "Analisis Regres" (Jakarta, 2013), hlm. 78.

⁴² Romansyah Sahabuddin, "Pengantar Statistika" (Makassar: Makassar, 2021), hlm.188.

yang tujuan metode inii yaitu untuk melihat nilai Y untuk nilai X. adapun kegunaan dari analisis linier berganda yaitu untuk melakukan perkiraan terhadap variable terikat.

Adapun regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor kualitas (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan Kehalalan (X_4) terhadap keputusan pembelian daging ayam potong (Y), bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi

X_1 = Kualiatas

X_2 = Harga

X_3 = Lokasi

X_4 = Kehalalan

e = *error* (tingkat kesalahan 10%)

Sedangkan bentuk persamaan regresi linear berganda akan saya sesuaikan dengan judul pada variabel skripsi saya yaitu:

$$KP : \alpha + \beta_1 K + \beta_2 H + \beta_3 L + \beta_4 KH + e$$

Keterangan :

K : Kualitas

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: koefisien regresi variabel independen

α : Konstanta

H: Harga

L : Lokasi

KH: Kehalalan

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen.⁴³

b. Uji t (Parsial)

Uji t ini dilakukan untuk menguji hubungan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau pervariabel digunakan uji t.

1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

⁴³ Sudaryono, "Metode Penelitian Pendidikan" (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 203.

c. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Rumah Potong Nurti

Munculnya ide mendirikan usaha dibidang rumah potong untuk menjual daging ayam potong diawali dengan keinginan sendiri, dengan berdirinya usaha ini merupakan salah satu upaya untuk menciptakan usaha kecil menengah di Pasar Gunung Tua. Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak Kabupaten padang lawas utara berada diwilayah perkotaan dengan kondisi padat penduduk. Kondisi masyarakat Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak memiliki heterogenitas yang cukup tinggi baik dari segi pendidikan, ekonomi, sosial dan budaya. Kondisi tersebut menunjukkan masyarakat Gunung Tua memiliki ciri sebuah masyarakat perkotaan yang dinamis dan heterogen.

Rumah potong Nurti merupakan sebuah usaha dagang yang bergerak pada bidang menjual daging ayam, usaha dagang ini berdiri sejak tahun 2010, awal berdirinya usaha ini dicetuskan oleh seorang pemilik yang bernama Kali. Usaha ini berawal dari bapak Kali yang menjalankan keahliannya dalam berdagang. Dengan menjual ayam potong dan ayam kampung.

Awal usaha ini dikelola bapak Kali dan istrinya, usaha ini didirikan di pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, kebetulan usaha ini terletak di pusat kota Gunung Tua.

Pada awal tahun 2013 usaha ini mulai berkembang sehingga memutuskan menerima karyawan laki-laki. Kemudian seiring waktu berjalan bapak Kali mewariskan rumah potong tersebut pada anaknya yang memiliki jiwa tinggi untuk berdagang.

Pada tahun 2015 rumah potong tersebut langsung diambil alih oleh anaknya, yang bernama Nurti, yang sampai sekarang di olah oleh anak Nurti. sehingga rumah potong tersebut ramai dikenal dengan rumah potong Nurti. Setelah rumah potong tersebut di olah oleh ibu Nurti dengan menyediakan mesin pembersih ayam setelah disembelih, sehingga menghasilkan daging ayam yang sudah bersih.⁴⁴

B. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian, maka dilakukan pengujian secara kuantitatif dengan menghitung data yang telah diperoleh dari responden yang dijadikan sebagai sampel. Pengujian ini dilakukan menggunakan perhitungan statistic dengan bantuan SPSS versi 23. Adapun hasil penelitian dari peneliti sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui kebenaran sejauh mana alat ukur bisa mengukur yang diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai nilai r_{tabel} . Uji validitas digunakan untuk menguji 8 butir pertanyaan untuk kualitas, 8 butir pertanyaan tentang harga 8 butir pertanyaan tentang lokasi, 8 butir pertanyaan tentang kehalalan

⁴⁴ Wawancara dengan Nurti, *Pemilik Usaha Rumah Potong Daging Ayam Potong*, Sabtu 21 Agustus 2022 Pukul 14: 15 WIB.

dan 10 pertanyaan tentang keputusan pembelian. Hasil dari uji validitas penelitian ini yaitu:

Tabel IV.1

Hasil Uji Validitas kualitas (X_1)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.436	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.303		Valid
3	0.641		Valid
4	0.381		Valid
5	0.686		Valid
6	0.301		Valid
7	0.543		Valid
8	0.470		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV. 1, jumlah soal yang diuji untuk variabel kualitas produk sebanyak 8 butir , dimana semua soal dinyatakan valid (memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 70$ dan nilai $r_{tabel} = 0.1982$.

Tabel IV. 2

Hasil Uji Validitas Harga (X_2)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.289	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.587		Valid
3	0.708		Valid
4	0.665		Valid
5	0.215		Valid
6	0.585		Valid
7	0.637		Valid
8	0.674		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV. 2, jumlah soal yang diuji untuk variabel harga sebanyak 8 butir, dimana semua soal dinyatakan valid (memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 70$ dan nilai $r_{tabel} = 0.1982$.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Lokasi (X₃)

Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0.257	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.495		Valid
3	0.660		Valid
4	0.666		Valid
5	0.541		Valid
6	0.652		Valid
7	0.587		Valid
8	0.505		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV. 3, jumlah soal yang diuji untuk variabel lokasi sebanyak 8 butir, dimana semua soal dinyatakan valid (memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 70$ dan nilai $r_{tabel} = 0.1982$.

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Kehalalan (X₄)

Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0.418	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.549		Valid
3	0.519		Valid
4	0.551		Valid
5	0.553		Valid
6	0.484		Valid
7	0.512		Valid
8	0.589		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV. 4, jumlah soal yang diuji untuk variabel kehalalan sebanyak 8 butir, dimana semua soal dinyatakan valid (memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 70$ dan nilai $r_{tabel} = 0.198$.

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.304	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.451		Valid
3	0.578		Valid
4	0.564		Valid
5	0.519		Valid
6	0.519		Valid
7	0.661		Valid
8	0.612		Valid
9	0.586		Valid
10	0.704		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV. 5, jumlah soal yang diuji untuk variabel keputusan pembelian sebanyak 10 butir , dimana semua soal dinyatakan valid (memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 70$ dan nilai $r_{tabel} = 0.1982$.
Berikut ini tabel rangkuman dari semua variabel yang diuji validitasnya.

Tabel IV. 6
Hasil Pengujian Validitas Semua Variabel

Variabel	Jumlah Butir Soal	Jumlah Soal Valid
Kualitas	8	8
Harga	8	8
Lokasi	8	8
Kehalalan	8	8
Keputusan Pembelian	10	10
Jumlah	42	42

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variable kualitas terdapat 8 butir soal, harga terdapat 8 butir, lokasi terdapat 8 butir dan kehalalan terdapat 8 butir soal. setelah dilakukan uji validitas dapat diketahui bahwa semua butir soal pada keempat variabel dinyatakan valid. Pada variabel keputusan pembelian terdapat 10 butir soal, dan setelah dilakukan uji validitas dapat diketahui bahwa semua butir soal pada variabel dinyatakan valid. Artinya terdapat 42 butir soal yang dapat digunakan untuk pengolahan data selanjutnya. Dengan demikian dari butir soal yang valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna mengetahui sejauh mana alat ukur dapat diandalkan. Uji ini dilakukan pada item pernyataan yang dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Kuesioner dikatakan reliable apabila *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas kualitas, harga, lokasi, kehalalan, dan keputusan pembelian.

Tabel IV. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item	Keterangan
Kualitas	0.691	8	Reliable
Harga	0.731	8	Reliable
Lokasi	0.732	8	Reliable
Kehalalan	0.715	8	Reliable
Keputusan Pembelian	0.736	10	Reliable

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV.7 reliabilitas kualitas (X_1) dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $0.691 > 0,60$ artinya dikatakan reliable. Selanjutnya harga (X_2) dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $0.731 > 0,60$ dinyatakan reliable. Reliabilitas lokasi (X_3) nilai *Cronbach's Alpha* $0.732 > 0,60$ artinya reliable, kehalalan (X_4) nilai *Cronbach's Alpha* $0.715 > 0,60$ dan dinyatakan reliable. dan Reliabilitas keputusan pembelian (Y) nilai *Cronbach's Alpha* $0.736 > 0,60$ artinya reliable.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti terdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan berdasarkan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	70
Normal Param eters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,29226892
Most Extrem e	Absolute	,084
	Positive	,060
	Negative	-,084
Differe nces	Test Statistic	,084
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primr yang diolah dari hasil SPSS wvesi 23.

Berdasarkan Tabel. IV. 8 bisa dilihat hasil uji normalitas bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.200 artinya nilai signifikansi 0.200 > 0.10, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas berguna untuk menguji model yang ada apakah ditemukan korelasi antara variabel independen. Jika nilai VIF (*variance inflation factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV. 9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3,373	4,447		-,758	,451		
X1	,942	,163	,601	5,778	,000	,546	1,832
X2	-,055	,148	-,041	-,373	,710	,482	2,076
X3	,221	,112	,183	1,977	,052	,692	1,445
X4	,233	,160	,161	1,459	,149	,485	2,060

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV.9 diketahui bahwa nilai VIF dari variabel kualitas adalah $1.832 < 10$, variabel harga $2.076 < 10$, variabel lokasi $1.445 < 10$ dan variabel kehalalan $2.060 < 10$ Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

Sedangkan nilai *tolerance* dari kualitas adalah $0.546 > 0,1$, variabel harga $0.482 > 0,1$ variabel lokasi $0.692 > 0,1$, dan variabel kehalalan $0.5486 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel independen lebih besar dari 0,1. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV. 10
Hasil Uji Heterokedastisitas
Correlations

		X1	X2	X3	X4	Unstandardized Residual
X1	Correlation Coefficient	1,000	,632**	,486**	,619**	-,071
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,557
	N	70	70	70	70	70
X2	Correlation Coefficient	,632**	1,000	,520**	,628**	,090
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,458
	N	70	70	70	70	70
X3	Correlation Coefficient	,486**	,520**	1,000	,542**	-,050
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,683
	N	70	70	70	70	70
X4	Correlation Coefficient	,619**	,628**	,542**	1,000	-,001
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,992
	N	70	70	70	70	70
Unst and ardi	Correlation Coefficient	-,071	,090	-,050	-,001	1,000

zed Resi dual	Sig. (2- tailed) N	,557 70	,458 70	,683 70	,992 70	.
---------------------	--------------------------	------------	------------	------------	------------	---

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV.10 diatas hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel kualitas $0.557 > 0,1$, variabel harga $0.458 > 0,1$, variabel lokasi $0.683 > 0,1$, variabel kehalalan $0.992 > 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

D. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri dan lingkungan pertemanan terhadap minat berwirausaha. Selain itu analisis regresi linear juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Tabel IV. 11
Hasil Uji Analisa Regresi Linear Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,373	4,447		-,758	,451
X1	,942	,163	,601	5,778	,000
X2	-,055	,148	-,041	-,373	,710
X3	,221	,112	,183	1,977	,052
X4	,233	,160	,161	1,459	,149

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

persamaan regresi linear berganda di paparkan di atas sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

a : Koefisien Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ : Koefisien Regresi

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Harga

X₃ : Lokasi

X₄ : Kehalalan

Sedangkan bentuk persamaan regresi linear berganda akan saya sesuaikan dengan judul pada variabel skripsi saya yaitu :

$$KP : \alpha + \beta_1 K + \beta_2 H + \beta_3 L + \beta_4 KH + e$$

$$KP : 3,373 + 0,942 K + 0,055 H + 0,221 L + 0,233 KH + 4,447$$

Keterangan :

K : Kualitas

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: koefisien regresi variabel independen

α : Konstanta

H: Harga

L : Lokasi

KH: Kehalalan

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 3,373 menunjukkan bahwa jika, kualitas, harga, lokasi, kehalalan dianggap konstan atau nilainya 0, maka keputusan pembelian pada konsumen Rumah Potong Nurti adalah sebesar 3,373.
- b. Nilai koefisiensi kualitas ayam bernilai positif sebesar 0,942 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas ayam potong sebesar 1

satuan, maka keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,942 %, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

- c. Nilai harga ayam potong bernilai positif sebesar -0,055 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan harga ayam potong sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,055%, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- d. Nilai lokasi bernilai positif sebesar 0,221 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan lokasi ayam potong sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,221%, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- e. Nilai kehalalan ayam bernilai positif sebesar 0,233 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kehalalan ayam potong sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,233% , dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

E. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Adapun hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari Tabel IV. 12 sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,616	,593	2,362

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Dari Tabel IV. 12 diketahui bahwa besarnya R^2 (*R Square*) sebesar 0,616 atau sama dengan 61,6 %. Nilai ini memiliki makna

bahwa adanya hubungan antara variabel kualitas, harga, lokasi, dan kehalalan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,616. Nilai *R Square* pada tabel di atas 0,616 atau sama dengan 61,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentasi sumbangan pengaruh variabel independen (Pengetahuan kualitas, harga, lokasi, kehalalan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 61,6 %. Sedangkan sisanya sebesar 38,4 % dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen yaitu kualitas, harga, lokasi, dan kehalalan secara individual dalam menjelaskan variasi dependen yaitu keputusan pembelian. Adapun hasil dari uji t parsial sebagai berikut:

Tabel IV. 13
Hasil Uji Parsial (Uji t)
coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,373	4,447		-,758	,451
X1	,942	,163	,601	5,778	,000
X2	-,055	,148	-,041	-,373	,710
X3	,221	,112	,183	1,977	,052
X4	,233	,160	,161	1,459	,149

a

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan Tabel IV.13 untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} penentuan tabel distribusi dicari pada $10\% : 2 = 0,05$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $70-4-1=65$ (n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel independen. Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,668636.

Faktor kualitas produk dapat disimpulkan bahwa signifikan

hubungan antara variabel dengan menggunakan uji t dengan hasil ($t_{hitung} 5,778 > t_{tabel}$ sebesar 1,668636) artinya t_{hitung} lebih besar t_{tabel} dan signifikan yaitu $0,000 < 0,1$. Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Faktor harga dapat disimpulkan bahwa signifikan hubungan antara variabel dengan menggunakan uji t dengan hasil ($t_{hitung} -373 < t_{tabel}$ 1,668636) artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan signifikan yaitu $0,710 < 0,1$. Maka H_{a2} ditolak dan H_{02} diterima artinya tidak ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Faktor lokasi dapat disimpulkan bahwa signifikan hubungan antara variabel dengan menggunakan uji t dengan hasil ($t_{hitung} 1,977 < t_{tabel}$ 1,668636) artinya t_{hitung} lebih besar t_{tabel} dan signifikan yaitu $0,052 < 0,1$. Maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak artinya ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian.

Faktor kehalalan dapat disimpulkan bahwa signifikan hubungan antara variabel dengan menggunakan uji t dengan hasil ($t_{hitung} 1,459 < t_{tabel}$ 1,668636) artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan

signifikan yaitu $0,149 < 0,1$. Maka H_{a4} ditolak dan H_{04} diterima artinya tidak ada pengaruh signifikan antara kehalalan terhadap keputusan pembelian.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) yaitu kualitas, harga, lokasi dan kehalalan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kriteria pengujian adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima, dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Hasil uji simultan sebagai berikut:

Tabel IV.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	582,011	4	145,503	26,086	,000 ^b
Residual	362,560	65	5,578		
Total	944,571	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 2

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} kualitas, harga, lokasi dan kehalalan sebesar 26,086 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,51. Tabel distribusi F dicari dengan derajat kebebasan (df) = $70 - 4 - 1 = 65$. Hasil analisis data uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,086 > 2,03$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas, harga, lokasi, dan kehalalan

terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di rumah potong Nurti di pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), kehalalan (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap daging ayam potong di rumah potong Nurti di pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak. Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 23 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Terhadap keputusan Pembelian

Hasil penelitian variabel Kualitas (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 5, 778 serta nilai signifikansi 0.000 yang berarti nilai signifikansi < 0.1 . sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Riyono dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati”. Berdasarkan hasil analisis penelitian bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian dengan besarnya nilai t_{hitung} 3,162 dengan signifikansi

sebesar 0,002. Maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁴⁵

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian variabel harga (X_2) terhadap keputusan pembelian diperoleh t_{hitung} sebesar -0,373 serta nilai signifikansi 0,710 yang berarti nilai signifikansi < 0.1 . sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muzammil Ilmi Listighfaroh dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Xream Di Surabaya” mengatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai t sebesar $0,150 > 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih besar dari 0,05.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian variabel lokasi (X_3) keputusan pembelian terhadap diperoleh t_{hitung} sebesar 1,977 serta nilai signifikansi 0.52 yang berarti nilai signifikansi < 0.1 . sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

⁴⁵ Riyono, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati,” hlm. 118.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian Agnel Geby Putri, dengan judul “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di RM. Pondok Baselo Baramas Kota Padang Panjang” mengatakan bahwa lokasi dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian mengalami peningkatan keputusan pembelian konsumen RM. Pondok Baselo Baramas Kota Padang Panjang. Yang dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} sebesar 17,770 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi jauh lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 yang digunakan. Maka terbukti lokasi sangat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁴⁶

4. Pengaruh Kehalalan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian variabel kehalalan (X_4) keputusan pembelian terhadap diperoleh t_{hitung} sebesar 1,459 serta nilai signifikansi 0.149 yang berarti nilai signifikansi < 0.1 . sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kehalalan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan penelitian Cut Tari Fadilah dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Tokoh Roti Bread Boy Bakery & Cake Shop Di Banda Aceh)” mengatakan bahwa

⁴⁶ Agnel Geby Putri, “Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di RM. Pondok Badelo Baramas Kota Padang Panjang,” Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Batusangkar, 2021, hlm. 67.

label halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. nilai t_{hitung} 0,995 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,660 dengan nilai signifikansi $0,322 > 0,05$.

5. Pengaruh Kualitas, Harga, Lokasi, dan Kehalalan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,086 > 2,51$) yang mendukung ke hipotesis kelima, bahwa terdapat pengaruh kualitas, harga, lokasi dan kehalalan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikansi variabel kualitas, harga, lokasi, dan kehalalan 0.000 yang mengidentifikasi bahwa terdapat pengaruh positif signifikansi terhadap keputusan pembelian daging ayam potong.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Ronaldo Klisman dengan judul “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi” menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan label halal sama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik safi, berdasarkan hasil uji variabel indeviden terhadap variabel devenden yaitu nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 36.8%. dari hasil tersebut dapat disimpulkan pengaruh variabel independen yang digunakan mampu berpengaruh positif dan signifikan.⁴⁷

⁴⁷ Ronaldo Klisman,” Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi, 2021, hlm. 105.

G. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah

1. Pada penelitian ini harga dan kehalalan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian maka diharapkan peneliti selanjutnya bisa lebih jeli melihat permasalahan variabel tentang produk, khususnya daging ayam potong. Diduga tidak adanya pengaruh kehalalan dengan keputusan pembelian daging ayam potong karena bukan masalah halal atau tidak halal yang menjadi pertimbangan konsumen membeli daging ayam potong, demikian juga dengan harga.
2. Penelitian ini juga memerlukan pendekatan dengan metode lain misalnya analisis juga agar jelas terlihat hubungan langsung atau tidak langsung diantara variabel X dan Y.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas produk secara persial terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di rumah potong Nurti dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,77 > 1,668636$) untuk nilai signifikasi adalah sebesar ($0,000 < 0,01$).
2. Tidak terdapat pengaruh harga secara persial terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di rumah potong Nurti dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,373 < 1,668636$) untuk nilai signifikasi adalah sebesar ($0,710 > 0,01$).
3. Terdapat pengaruh lokasi secara persial terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di rumah potong Nurti dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,977 > 1,668636$) untuk nilai signifikasi adalah sebesar ($0,052 < 0,01$).
4. Tidak terdapat pengaruh kehalalan secara persial terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di rumah potong Nurti dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,459 < 1,668636$) untuk nilai signifikasi adalah sebesar ($0,149 > 0,01$).
5. Terdapat pengaruh secara simultan dari Kualitas, harga, lokasi dan kehalalan terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di rumah potong Nurti dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($26,086 > 2,51$) untuk nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,01$).

B. Saran

Diharapkan pada Rumah Potong Nurti agar selalu memperhatikan dan memberikan kualitas yang baik dan memuaskan terhadap produknya sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap daging ayam potong. Mengenai lokasi, Rumah Potong Nurti agar memperhatikan fasilitas-fasilitas yang mendukung kelancaran konsumen dalam berbelanja, yaitu dengan lokasi yang strategis sehingga mempermudah konsumen menuju rumah potong tersebut. Begitu juga dengan harga dan kehalalan agar tetap menjaganya dengan mengikuti sesuai harga pasar dan tetap memerhatikan cara-cara penyembelihan ayam dengan syariat islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Masan. "Teori Dan Praktek Ekonomi Islam." Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Jasa, 2002.
- Agnel Geby Putri. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di RM. Pondok Badelo Baramas Kota Padang Panjang," Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Batusangkar, 2021.
- Anggit Listyoningrum. "Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya," Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, Vol. 2, No. 1. 2012.
- Budi Gautama siregar dan Ali Hardana. "Metode Penelitian." Medan: Medan, 2021.
- Catur Rismiati. E dan Ig. Bondan Suratno. "Pemasaran Barang dan Jasa." Yogyakarta: Kanisius, 2011.
- Departemen Agama RI. "Al-Qur'an dan Terjemahannya." Surabaya: Halim, 2018.
- Djaslim Saladin. "Manajemen Pemasaran." Bandung: Linda Karya, 2010.
- Dwyer, F. Robert, Tanner, dan John F. "Busines Marketing: Strategy, Relationship And Learning. Edisi Internasional." Singapore: Mc Graw-Hill, 2009.
- E. T. Rahayu dan R. Dewanti. "Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pemilihan Daging Ayam Broiler Sebagai Konsumsi Rumah Tangga Di Surakarta," Jurnal Sains Peternakan, Vol. 16. 2018.
- Era Susanti dkk. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makana Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bsnis Islam)," Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 1. Juni 2018.
- Friani Glorir. Dkk. "Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up," Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No. 2. 2018.
- Fridayana Yudiatmaja. "Analisis Regres." Jakarta, 2013.
- Iffa Tio Hanggita. "Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada UMKM Di Kecamatan Paciran," Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 8. Oktober 2018.
- Inti Bintang Fortuna. "Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Dalam Perspektif Islam," Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

- Ismail Nurdin & Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019.
- Juliansyah Noor. "Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah." Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- M. Mursid. "Manajemen Pemasaran." Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- Made Fajar Fernando. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitari Ware Toto Di Kota Denpasar," *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 1. 2018.
- May Lim Charity. "Jaminan Produk Halal Di Indonesia," *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 14, No. 1. 2017.
- Mega Aynatusobik. "Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Daging Ayam Potong Cv Daging Jaya Abadi Kartoharjo Nganjuk," *Jurnal Smiki-Economic.*, Vol. 01.
- Meithiana Indrasari. "Pemasaran & Kepuasan Pelanggan." Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Mimi SA. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market," *Jurnal Ekonomi*, Vol. 10, No. 10 .
- Muhammad Hidayat. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Pada Azdian Water Simangambat," Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2020.
- Nurul Arifah Fauzi dan Wijaya. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Btoiler Di Pasar Celancang," *Jurnal Agrijati*, Vol. 34, No. 1. 2021.
- Qur'an Kemenag, "Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an", <https://play.google.com/apps/details?id=com.quran/kemenag>, diakses 14 Januari pukul 22.20.WIB.
- Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani. "Manajemen Pemasaran Jasa." Jakarta: Selemba Empat, 2007.
- Rina Delfita. "Evaluasi Teknik Pemotongan Ayam Ditinjau Dari Kehalalan Dan Keamanan Pangan Di Kabupaten Tanah Datar," *Jurnal Sainstek*, Vol. V, No. 1. Juni 2013.

- Riyanto. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Melati Berjaya)," Skripsi : Universitas Buddhi Dharma Tangerang, 2020.
- Riyono. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati," Jurnal Stie Semarang, Vol. 8, No. 2. Juli 2016.
- Romansyah Sahabuddin. "Pengantar Statistika." Makassar: Makassar, 2021.
- Ronaldo Klisman. "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi," Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi, 2021.
- Rozalinda. "Ekonomi Islam." Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Salim dan Sahrin. "Metode Penelitian Kuantitatif." Bandung: Citapustaka Media, 2007.
- Suardi Kaco dan Nur Fatriana. "Praktik Penyelesaian dan Pengelolaan Ayam Rumah Potong Ayam Kecamatan Polewali (Tinjauan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal)," Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam, Vol.5, No. 2 November 2020.
- Sudaryono. "Metode Penelitian Pendidikan." Jakarta: Kencana, 2016.
- Sunardi dan Anita Primastiwi. "Pengantar Bisnis: Pengantar bisnis, Konsep Strategi & kasus." Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service), 2015.
- Ujang Sumarwan. "Perilaku Konsumen." Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Veithzal Rivai Zainal,dkk. "Islamic Business Management: Praktek Managemen Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam." Yogyakarta: BPFE, 2014.
- Wawancara dengan Nurti, *Pemilik Usaha Rumah Potong Daging Ayam Potong*, Sabtu 21 Agustus 2022.

DAFTAR RIWAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Rini Asrida harahap
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Sosopan, 07 September 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Desa Sosopan
Telepon/No. HP : 082161137819
E-mail : riniasrida92@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2007-2012 : SD Negeri 101260 Sosopan
Tahun 2012-2015 : MTS. Negeri 2 Padang Bolak
Tahun 2015-2018 : SMA. Negeri 1 Padang Bolak
Tahun 2018- 2023 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi
Syariah UIN
Syahada Padangsidempuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,56
Karya Tulis Ilmiah : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan
Pembelian Daging Ayam Potong Di
Rumah Potong
Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak



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 : 345 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

22 Februari 2022

Yth. Ibu;

1. Rukiah : Pembimbing I
2. Sarmiana Batubara : Pembimbing II

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

Nama : Rini Asrida Harahap
NIM : 1840200197
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong di Rumah Potong Nurti di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak.

Untuk itu, diharapkan kepada 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.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 96 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/01/2023
Hal : Mohon Izin Riset

10 Januari 2023

Yth. Pengelola Rumah Potong Daging Ayam Nurti

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Rini Asrida Harahap
NIM : 1840200197
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong di Rumah Potong Nurti di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak".

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.



Abdul Nasser Hasibuan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

DAFTAR RIWAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Rini Asrida harahap
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Sosopan, 07 September 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Desa Sosopan
Telepon/No. HP : 082161137819
E-mail : riniasrida92@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2007-2012 : SD Negeri 101260 Sosopan
Tahun 2012-2015 : MTS. Negeri 2 Padang Bolak
Tahun 2015-2018 : SMA. Negeri 1 Padang Bolak
Tahun 2018- 2023 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi
Syariah UIN
Syahada Padangsidempuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,56
Karya Tulis Ilmiah : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan
Pembelian Daging Ayam Potong Di
Rumah Potong
Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan
Padang Bolak

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Srata 1 (S1) UIN SYAHADA Padangsidempuan, saya:

Nama : Rini Asrida Harahap

Nim : 18 402 00197

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam /Ekonomi Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak**” . sehubungan dengan itu saya mohon untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Gunung Tua, Agustus2022

Hormat saya

Rini Asrida Harahap
Nim. 1840200197

ANGKET PENELITIAN

Faktot-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong Di Rumah Potong Nurti Di Pasar Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak

H. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
Alamat :
Agama :

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawablah dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda *chek list* (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawabab.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i dijamin kerahasiannya.
5. Pernyataan ini sementara untuk tujuan penelitian.

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Membeli daging ayam di rumah potong Nurti karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi					
2	Membeli daging ayam potong berulang-ulang karena untuk memenuhi kebutuhan saya					
3	Daging ayam potong merupakan daging yang saya butuhkan					
4	Saya membeli daging ayam potong dengan sesuai selera saya					
5	Membeli daging ayam potong berdasarkan keinginan saya					
6	Setelah melakukan pembelian daging ayam saya selalu merasa puas dengan daging ayam yang sudah di beli					
7	Saya akan melakukan pembelian ulang ke rumah potong Nurti jika membutuhkan daging ayam potong lagi					
8	Tidak pernah merasa kecewa setelah membeli daging ayam potong					
9	Saya mengajak teman atau saudara untuk membeli daging ayam di rumah potong Nurti					
10	Untuk melakukan pembelian daging ayam saya beri tahu kepada teman atau saudara agar membeli di rumah potong Nurti karena kualitasnya bagus					

Kualitas (X₁)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Daging ayam yang ditawarkan dirumah potong Nurti terdapat daging ayam potong dan daging ayam kampung					
2	Yang dijual tidak hanya dagingnya saja tetapi ceker, hati dan kalang ayam juga dijual					
3	Cara pemotongan ayam di rumah potong Nurti sesuai dengan yang di butuhkan konsumen					
4	Kualitas daging ayam potong di rumah potong Nurti sesuai dengan yang diharapkan konsumen					
5	Daging ayam yang dijual masih segar dan baru saja di potong					
6	Ayam yang di tawarkan di rumah potong Nurti terjamin bagus dan tidak anyir					
7	Rumah potong Nurti mampu memberikan pelayanan yang bagus terhadap konsumen					
8	kualitas produk yang dijual di rumah potong Nurti sangat bagus					

Harga (X₂)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga daging ayam potong di rumah potong Nurti terjangkau oleh masyarakat umum					
2	Konsumen setuju dengan harga yang ditawarkan oleh rumah potong Nurti					
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan					
4	Harga bervariasi yaitu sesuai dengan daging ayam yang dibeli					
5	Harga yang ditawarkan rumah potong Nurti setara dengan rumah potong lain					
6	Harga yang ditawarkan rumah potong Nurti setara dengan harga pasar					
7	Rumah potong Nurti akan memberi potongan harga kepada Konsumen yang membeli banyak daging ayam					
8	Produk yang dijual sesuai dengan harga dan manfaat yang diberikan					

Lokasi (X₃)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi menuju rumah potong Nurti sangat mudah di jangkau					
2	Tersedianya angkutan umum ke rumah potong Nurti					
3	Jalan menuju rumah potong Nurti cukup luas dan bagus					
4	Rumah potong Nurti dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan					
5	Rumah potong Nurti dapat ditemukan dengan mudah					
6	Rumah potong Nurti berada di dekat pusat keramaian sehingga mudah di jangkau					
7	Letak rumah potong Nurti strategis dengan lingkungan yang luas					
8	Lingkungan rumah potong nurti aman dan bersih					

Kehalalan (X₄)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Rumah potong Nurti menyembelih ayam potong dengan pisau tajam					
2	Melakukan penyembelihan ayam dengan cara memotong jalan makan, pernafasan di bawah tenggorokan ayam tersebut					
3	Proses penyembelihan ayam di rumah potong Nurti dapat dilihat secara langsung					
4	Sebelum melakukan penyembelihan selalu mengucapkan basmalah terlebih dahulu					
5	Orang yang menyembelih ayam di rumah potong Nurti adalah laki-laki yang sudah dewasa					
6	Ayam yang disembelih masih hidup sebelum melakukan penyembelihan					
7	Saat menyembeli ayam nya itu dilakukan dengan menghadap kiblat					
8	Menunggu ayam benar-benar mati sempurna barulah melakukan pengulitan terhadap ayam tersebut					

41	Nurhod	5	4	5	4	5	4	5	4	36
42	Wahyudi	3	4	4	4	4	4	4	4	31
43	Efendi Lusti	4	5	5	5	4	4	4	5	36
44	Mahindun	3	4	3	3	3	4	4	4	28
45	Rani Kamov Rianti	4	5	5	4	4	5	5	4	36
46	Nurma Sari Srg	3	4	3	3	4	4	4	4	29
47	Evi Susanti	5	4	5	3	5	4	5	4	35
48	Hilminah	4	5	4	4	5	5	5	4	36
49	Siti Afriana Hsb	4	5	5	4	4	5	5	4	36
50	Yohana Manalu	3	4	4	4	4	3	4	4	30
51	Putri	4	5	5	4	4	5	5	4	36
52	Rani Hsb	5	4	3	4	3	5	3	5	32
53	Adi Perdana Hrp	4	3	3	3	4	4	4	3	28
54	Kayla	4	5	4	4	4	4	4	4	33
55	Siti Romlan	4	4	4	3	4	3	3	3	28
56	Rina Manurung	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	Rahman	4	5	5	4	4	4	5	5	36
58	Tilom Hrp	4	5	3	5	3	5	4	5	34
59	Naima	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	Faiz	4	4	4	5	4	4	5	4	34
61	Maspoto Hrp	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	Nadia Srg	4	4	5	3	4	5	4	5	34
63	Mara Sonang	4	5	4	4	5	5	5	4	36
64	Ferdi	4	4	3	3	4	3	4	4	29
65	Mardiana	4	3	4	5	4	5	4	5	34
66	Murni	4	3	3	4	3	4	4	4	29
67	Dewi	4	4	4	5	4	4	4	5	34
68	Ilham	4	3	3	3	5	5	4	4	31
69	Kasturi	5	4	3	5	4	5	3	5	34
70	Rinaldi	4	4	4	3	3	3	3	4	28

36	Rizky	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
37	Usman	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	Halima	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	41
39	Gading	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
40	Novida Yanti	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	Nurhod	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	40
42	Wahyudi	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
43	Efendi Lusti	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
44	Mahindun	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
45	Rani Kamov Rianti	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	44
46	Nurma Sari Srg	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	Evi Susanti	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
48	Hilminah	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
49	Siti Afriana Hsb	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
50	Yohana Manalu	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	Putri	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
52	Rani Hsb	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
53	Adi Perdana Hrp	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	Kayla	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
55	Siti Romlan	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
56	Rina Manurung	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
57	Rahman	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
58	Tilom Hrp	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	44
59	Naima	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
60	Faiz	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45
61	Masrpoto Hrp	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
62	Nadia Srg	5	3	5	4	2	5	3	4	3	3	37
63	Mara Sonang	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	45
64	Ferdi	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
65	Mardiana	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
66	Murni	3	4	4	4	5	5	3	3	4	3	38
67	Dewi	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	42
68	Ilham	4	3	2	2	4	5	5	5	4	4	38
69	Kasturi	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	40
70	Rinaldi	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	36

Hasil Uji Validitas

Tabel IV.1

Hasil Uji Validitas kualitas (X_1)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.436	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.303		Valid
3	0.641		Valid
4	0.381		Valid
5	0.686		Valid
6	0.301		Valid
7	0.543		Valid
8	0.470		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Harga (X₂)

Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0.289	Instrument valid jika R _{hitung} > R _{tabel} dengan n = 70. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh R _{tabel} = 0.1982.	Valid
2	0.587		Valid
3	0.708		Valid
4	0.665		Valid
5	0.215		Valid
6	0.585		Valid
7	0.637		Valid
8	0.674		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Lokasi (X₃)

Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0.257	Instrument valid jika R _{hitung} > R _{tabel} dengan n = 70. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh R _{tabel} = 0.1982.	Valid
2	0.495		Valid
3	0.660		Valid
4	0.666		Valid
5	0.541		Valid
6	0.652		Valid
7	0.587		Valid
8	0.505		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 4

Hasil Uji Validitas Kehalalan (X₄)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.418	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.549		Valid
3	0.519		Valid
4	0.551		Valid
5	0.553		Valid
6	0.484		Valid
7	0.512		Valid
8	0.589		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 5

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.304	Instrument valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan $n = 70$. Pada taraf signifikan 10% sehingga di peroleh $R_{tabel} = 0.1982$.	Valid
2	0.451		Valid
3	0.578		Valid
4	0.564		Valid
5	0.519		Valid
6	0.519		Valid
7	0.661		Valid
8	0.612		Valid
9	0.586		Valid
10	0.704		Valid

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 6
Hasil Pengujian Validitas Semua Variabel

Variabel	Jumlah Butir Soal	Jumlah Soal Valid
Kualitas	8	8
Harga	8	8
Lokasi	8	8
Kehalalan	8	8
Keputusan Pembelian	10	10
Jumlah	42	42

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 7

Uji

Hasil

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item	Keterangan
Kualitas	0.691	8	Reliable
Harga	0.731	8	Reliable
Lokasi	0.732	8	Reliable
Kehalalan	0.715	8	Reliable
Keputusan Pembelian	0.736	10	Reliable

Reliabilitas

Sumber : Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal	Mean	,0000000
Parameter	Std. Deviation	2,29226892
s ^{a,b}		
Most	Absolute	,084
Extreme	Positive	,060
	Negative	
Difference		-,084
s		
	Test Statistic	,084
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primr yang diolah dari hasil SPSS vvesi 23.

Tabel IV. 9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	-3,373	4,447		-,758	,451		
X1	,942	,163	,601	5,778	,000	,546	1,832
X2	-,055	,148	-,041	-,373	,710	,482	2,076
X3	,221	,112	,183	1,977	,052	,692	1,445
X4	,233	,160	,161	1,459	,149	,485	2,060

4. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 10
Hasil Uji Heterokedastisitas
Correlations

		X1	X2	X3	X4	Unstandardized Residual
X1	Correlation Coefficient	1,000	,632**	,486**	,619**	-,071
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,557
	N	70	70	70	70	70
X2	Correlation Coefficient	,632**	1,000	,520**	,628**	,090
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,458
	N	70	70	70	70	70
X3	Correlation Coefficient	,486**	,520**	1,000	,542**	-,050
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,683
	N	70	70	70	70	70
X4	Correlation Coefficient	,619**	,628**	,542**	1,000	-,001
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,992
	N	70	70	70	70	70
Unst ardi zed Resi dual	Correlation Coefficient	-,071	,090	-,050	-,001	1,000
	Sig. (2-tailed)	,557	,458	,683	,992	.
	N	70	70	70	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 11

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,373	4,447		-,758	,451
X1	,942	,163	,601	5,778	,000
X2	-,055	,148	-,041	-,373	,710
X3	,221	,112	,183	1,977	,052
X4	,233	,160	,161	1,459	,149

e. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,616	,593	2,362

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV. 13
Hasil Uji Parsial (Uji t)
 coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,373	4,447		-,758	,451
X1	,942	,163	,601	5,778	,000
X2	-,055	,148	-,041	-,373	,710
X3	,221	,112	,183	1,977	,052
X4	,233	,160	,161	1,459	,149

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Tabel IV.14

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	582,011	4	145,503	26,086	,000 ^b
Residual	362,560	65	5,578		
Total	944,571	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 2

**Dokumentasi Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong di Rumah Potong Nurti di
Pasar Gunung Tua ecamatan Padang Bolak**





