

# DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT TERHADAP MINUMAN MY BOBA DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

#### **SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah

# Oleh:

SARTIKA YUNDA NIM. 18 402 00004

#### PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKHALI HASANAHMADADDARY PADANGSIDIMPUAN 2022



# DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT TERHADAP MINUMAN MY BOBA DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

#### SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Oleh:

SARTIKA YUNDA NIM. 18 402 00004

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Nofinawati, S. E. I., M.A. NIP.198211162011012003 Ja'far Nasution, M.E.I. NIDN.2004088205

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN 2022



#### KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

# SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JI. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733 Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022 Website: uinsyahada ac id

Hal

: Lampiran Skripsi

a.n. Sartika Yunda

Lampiran: 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 10 Agustus 2022

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

#### Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Sartika Yunda yang berjudul "Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Minuman My Boba Di Kota Padangsidimpuan". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Nofinawati, S.E.I., M.A. NIP. 198211162011012003 Ja'far Nasution, M.E.I.

NIDN. 200408820

# SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama

: Sartika Yunda

NIM

: 18 402 00004

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Minuman My

Boba di Kota Padangsidimpuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan 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 IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 5 Desember 2022

Saya yang Menyatakan,

Sartika Yunda

NIM. 18 402 00004

# 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

: Sartika Yunda

NIM

: 18 402 00004

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 Nonekslusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Minuman My Boba Di Kota Padangsidimpuan ". Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif 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.

Dibuat di

: Padangsidimpuan

Pada tanggal: 5 Desember 2022

Yang menyatakan,

Sartika Yunda

NIM. 18 402 00004



# 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 Fax. (0634) 24022

# **DEWAN PENGUJI** SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : SARTIKA YUNDA NIM : 18 402 00004

JUDUL SKRIPSI

FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah IE-1 : Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Minuman My Boba Di Kota

Padangsidimpuan.

Ketua

Sekretaris

Dr. Darwis Harahap., M.Si NIDN. 2018087802

Sarmiana Balubara, M.A. NIDN. 2127038601

Anggota

Dr. Darwis Harahap NIDN. 2018087802

Sarmiana Batubara, M.A.

NIDN. 2127038601

Adanan Murroh Nasution, M.A.

NIDN. 2104118301

Matondang, M.Si NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

: Padangsidimpuan Hari/Tanggal : Senin/ 5 Desember 2022 Pukul : 14.00 WIB - Selesai

Hasil/Nilai : Lulus/68,25



#### 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 Fax. (0634) 24022

#### PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

: DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

MASYARAKAT TERHADAP MINUMAN MY BOBA

DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

NAMA

: SARTIKA YUNDA

NIM

: 18 402 00004

TANGGAL YUDISIUM

: 28 JANUARI 2023

IPK PREDIKAT : 3, 29 : SANGAT MEMUASKAN

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

Padangsidimpuan, 28 Januari 2023

ekam, N

Di Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. 9 NIP. 19780818 200901 1 015

# **ABSTRAK**

Nama : Sartika Yunda Nim : 18 402 00332

Judul Skripsi : Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap

Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh popularitas gerai minuman boba di Indonesia yang semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan semakin banyak pula masyarakat mengkonsumsi minuman tersebut.\_bisnis minuman dengan toping bubble atau minuman boba semakin banyak bermunculan dimana-mana. Selain itu permintaan masyarakat yang terus meningkat akan minuman praktis dan lebih sedikit mengandung bahan pengawet membuat es boba ini semakin banyak diminati.. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh hargadan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman my boba di Kota Padangsidimpuan?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga dankualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi tentang pemasaran. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan harga, kualitis produk, dan keputusan pembelian.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan angket. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane dengan jumlah 83. Metode analisis data yang digunakan adalah uji outer model yang terdiri dari *convergent validity, discriminant validity*, dan *composite reliability* selanjutnya uji inner model yang terdiri dari uji determinasi (R<sup>2</sup>) dan uji *Bootstraping*.

Hasil *P-Value* (*Bootstraping*) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian miuman my boba. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman my boba. Uji determinasi (R²) menunjukkan kemampuan variabel harga dan kualitas produk dalam penelitian yang dilakukan terhadap keputusan pembelian masyarakat terhadap minuman my bobadi Kota Padangsidimpuan sebesar lima puluh Sembilan koma satu persen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

#### KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian "Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Minuman My Boba Di Kota Padangsidimpuan". Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya 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 penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

 Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, dan Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

- Keuangan, serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
- 2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
- 3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
- 4. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A., selaku pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I., selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
- 6. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Suharto dan Ibunda Alm. Sunriani beserta Kakak Iyen Saidah dan Adik Rozi Ahmad, yang paling berjasa dan paling berharga dalam hidup peneliti, serta telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat sekolah dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidimpuan. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

iν

Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga

firdaus-Nya.

7. Untuk sahabat peneliti, Nurgalita RahwanI, S.E, Nurainun Seregar, Dona

Sapitri, Era Gustia, Desi Anora Harahap, Nanta Ramadani Tanjung, Amelia

Tanjung, Karlina Tanjung, Rajani, Justika, Rizka Fitri Yanti, yang telah

membantu dan memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan

skripsi ini

3. 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 jauh lebih baik

atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti

mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas

karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan

pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan

saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidimpuan, 10 Agustus 2022

Peneliti

Sartika Yunda

NIM. 18 402 000 04

#### PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system 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 translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	NamaHuruf Latin	Huruf Latin	Nama		
I	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan		
ب	Ba	В	Be		
ت	Ta	Т	Te		
ث	żа	Ġ	es (dengan titik di atas)		
<u>-</u>	Jim	J	Je		
<u>て</u> さ	ḥа	ķ	ha(dengan titik di bawah)		
خ	Kha	Kh	Ka dan ha		
	Dal	D	De		
ذ	żal	Ż	zet (dengan titik di atas)		
)	Ra	R	Er		
j	Zai	Z	Zet		
س ش ص	Sin	S	Es		
m	Syin	Sy	Es		
ص	șad	Ş	esdan ye		
ض	ḍad	d	de (dengan titik di		
			bawah)		
ط	ţa	ţ	te (dengan titik di bawah)		
ظ	za	Ż	zet (dengan titik di		
			bawah)		
ع غ ف	'ain		komaterbalik di atas		
غ	Gain	G	Ge		
ف	Fa	F	Ef		

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
J	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
٥	На	Н	На
۶	Hamzah	·· ··	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

#### 2. Vokal

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

# a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fatḥah	A	A
	Kasrah	Ι	Ι
ق	Dommah	U	U

# b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
يْ	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
وْ	fatḥah dan wau	Au	a dan u

#### c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
ا	fatḥahdanalifatauya	ā	a dan garis
			atas
ٍ	Kasrahdanya	ī	i dan garis
			di bawah
ُو	dommahdanwau	ū	u dan garis
			di atas

#### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### a. Ta marbutah hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

#### b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasenya 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 (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system 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 dalan system 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 *gamariah*.
- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

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* 

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### 6. Hamzah

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

#### 7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il, isim*, maupun huruf, ditulis terpisah.

Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan

maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

#### 8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tesebut, 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 takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

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

<b>ABST</b>	RAK	ĺ
KATA	A PENGANTAR	ii
	MAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	
	'AR ISI	
	'AR TABEL	
	'AR LAMPIRAN	
BAB I	PENDAHULUAN	1
	Latar Belakang Masalah	
B.	Identifikasi Masalah	6
C.	Batasan Masalah	6
D.	Rumusan Masalah	7
E.	Definisi Operasional Variabel	
F.	Tujuan Penelitian	9
G.	Manfaat Penelitian	9
H.	Sistematika Pembahasan	10
BAB I	I LANDASAN TEORI	11
	Kerangka Teori	
	1. Keputusan Pembelian	
	a. Pengertian Keputusan Pembelian	11
	b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	.12
	c. Tipe Keputusan Pembelian	15
	d. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam	
	e. Indikator Keputusan Pembelian	29
	2. Harga	
	a. Pengertian Harga	
	3. Kualitas Produk	
	a. Pengertian dan Jenis Produk	
	b. Factor- factor Produk	
_	c. Indicator Kualitas Produk	
	Penelitian Terdahulu	
	Kerangka Pikir	
1)	Hipotesis	37

BAB I	III METODE PENELITIAN	34
A.	Waktu dan Lokasi Penelitian	34
B.	Jenis Penelitian	34
C.	Populasi dan Sampel	34
	1. Populasi	
	2. Sampel	35
D.	Instrumen Pengumpulan Data	36
	1. Observasi	37
	2. Angket	37
E.	Uji Instrument	39
	1. Uji Validitas	39
	2. Uji Reliabilitas	39
F.	Teknik Analisis Data	40
	1. Model Pengukuran Atau Outer Model	40
	a. Convergent Validity	41
	b. Discriminant Validity	41
	c. Composite Reliability	42
	2. Uji Model Struktural atau Inner Model	
	a. R- Square	
	b. Estimate For Path coefficients	43
DADI	NATIA CIT. DIENIEI TETANI	11
DAD	V HASIL PENELITIAN	44
	Deskripsi Hasil Penelitian	
	Deskripsi Hasil Penelitian	44
	Deskripsi Hasil Penelitian	44
A.	Deskripsi Hasil Penelitian.      Sejarah Umum Berdirinya Boba.      Sejarah Berdirinya Minuman My Boba.	44
A.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba	44
A. B.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba	444951
A. B.	Deskripsi Hasil Penelitian	44495152
A. B.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba. 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba. Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan. Hasil Uji Instrument. 1. Uji Validitas	44 49 51 52
А. В. С.	Deskripsi Hasil Penelitian	44 49 51 52 52
А. В. С.	Deskripsi Hasil Penelitian	44 49 51 52 52 54
А. В. С.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba. 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba. Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan. Hasil Uji Instrument. 1. Uji Validitas. 2. Uji Reabilitas. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran). 1. Convergent Validity.	44 49 51 52 54 56
А. В. С.	Deskripsi Hasil Penelitian.  1. Sejarah Umum Berdirinya Boba.  2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba.  Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan.  Hasil Uji Instrument.  1. Uji Validitas.  2. Uji Reabilitas.  Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)  1. Convergent Validity.  2. Discriminant Validity.	44 49 51 52 54 56 56
A. B. C.	Deskripsi Hasil Penelitian.  1. Sejarah Umum Berdirinya Boba.  2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba.  Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan.  Hasil Uji Instrument.  1. Uji Validitas.  2. Uji Reabilitas.  Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran).  1. Convergent Validity.  2. Discriminant Validity.  3. Composite Reliability.	44 49 51 52 54 56 61
A. B. C.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan Hasil Uji Instrument 1. Uji Validitas 2. Uji Reabilitas Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) 1. Convergent Validity 2. Discriminant Validity 3. Composite Reliability Hasil Uji Inner Model (Model Struktural)	44 49 51 52 54 56 56
A. B. C.	Deskripsi Hasil Penelitian.  1. Sejarah Umum Berdirinya Boba.  2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba.  Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan.  Hasil Uji Instrument.  1. Uji Validitas.  2. Uji Reabilitas.  Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)  1. Convergent Validity.  2. Discriminant Validity.  3. Composite Reliability.  Hasil Uji Inner Model (Model Struktural)  1. Uji Determinasi (R²)	444951525456616264
A. B. C.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba. 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba. Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan. Hasil Uji Instrument. 1. Uji Validitas. 2. Uji Reabilitas. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) 1. Convergent Validity. 2. Discriminant Validity. 3. Composite Reliability. Hasil Uji Inner Model (Model Struktural) 1. Uji Determinasi (R²). 2. Uji Bootstraping.	44495152545661626464
A. B. C.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan Hasil Uji Instrument 1. Uji Validitas 2. Uji Reabilitas Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) 1. Convergent Validity 2. Discriminant Validity 3. Composite Reliability Hasil Uji Inner Model (Model Struktural) 1. Uji Determinasi (R²) 2. Uji Bootstraping 3. Pengujian Hipotesis	444951525456616465
A. B. C.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba. 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba. Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan. Hasil Uji Instrument. 1. Uji Validitas. 2. Uji Reabilitas. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) 1. Convergent Validity. 2. Discriminant Validity. 3. Composite Reliability. Hasil Uji Inner Model (Model Struktural) 1. Uji Determinasi (R²) 2. Uji Bootstraping. 3. Pengujian Hipotesis. a. Pengujian Hipotesis 1	44495152545661646465
A. B. C.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan Hasil Uji Instrument 1. Uji Validitas 2. Uji Reabilitas Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) 1. Convergent Validity 2. Discriminant Validity 3. Composite Reliability Hasil Uji Inner Model (Model Struktural) 1. Uji Determinasi (R²) 2. Uji Bootstraping 3. Pengujian Hipotesis a. Pengujian Hipotesis 1 b. Pengujian Hipotesis 2	4449515254566162646566
A. B. C. D.	1. Sejarah Umum Berdirinya Boba. 2. Sejarah Berdirinya Minuman My Boba. Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan. Hasil Uji Instrument. 1. Uji Validitas. 2. Uji Reabilitas. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) 1. Convergent Validity. 2. Discriminant Validity. 3. Composite Reliability. Hasil Uji Inner Model (Model Struktural) 1. Uji Determinasi (R²) 2. Uji Bootstraping. 3. Pengujian Hipotesis. a. Pengujian Hipotesis 1	4449515256666465666666

$\mathbf{B}\mathbf{A}$	AB V PENUTUP	<b>71</b>
A.	Kesimpulan	71
	Saran	

DAFTAR PUSTAKA DAFTAR RIWAYAT HIDUP LAMPIRAN-LAMPIRAN

#### BAB I

#### **PENDAHULUAN**

#### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia perdagangan dan perindustrian yang semakin ketat menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Kondisi persaingan sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang usaha ada tanpa tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan didalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna, daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Tujuan utama dari pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengutamakan kepuasan pelanggan. Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan dalam hidup.1

Pada masa ini gerai minuman boba sudah terdapat dimana-mana di seluruh Indonesia. Padangsidimpuan merupakan salah satu daerah yang menjual minuman boba khususnya di wilayah Padangsidimpuan bagian Tenggara gerai minuman boba sudah terdapat di berbagai tempat, salah satunya di Padangmatinggi. Di Padangmatinggi sudah terdapat beberapa

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manejemen Pemasaran, Edisi Tiga belas Jilid* 1 Diterjemahkan dari "Marketing Management" oleh Benyamin Molan (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2018), hlm.12.

gerai minuman boba dengan berbagai varian penyajian sehingga memiliki keunikan tersendiri dilihat dari tampilannya masing-masing.<sup>2</sup> Namun, terdapat satu gerai minuman boba yang sangat hits di berbagai kalangan sehingga memiliki lebih banyak peminat dibandingkan yang lainnya yaitu "My Boba" yang memiliki letak gerai paling strategis di depan Swalayan Rahmad Syariah.

Tema ini menarik untuk diteliti karena bisnis minuman dengan toping bubble atau minuman boba semakin banyak bermunculan dimana-mana. Selain itu permintaan masyarakat yang terus meningkat akan minuman praktis dan lebih sedikit mengandung bahan pengawet membuat es boba ini semakin banyak diminati. Pembelian minuman boba pada My Boba di Padangmatinggi. <sup>3</sup>

Menurut Kotler, pengambilan keputusan membeli tidak terlepas dari masalah Penjualan "My Boba" walau gerainya terbilang sudah lama berdiri karena mencapai 3 tahun tetapi letak gerai "My BOBA" yang strategis yaitu didepan Swalayan Rahmad Syariah membuat gerai ini menjadi ramai pengunjung dan dapat kita lihat dari data penjualannya selama 2 tahun trahir yang meningkat. Keputusan pembelian pada studi kasus ini juga dipengaruhi oleh informasi dari mulut ke mulut atau biasa disebut wort of mouth, dimana konsumen dan pelanggan minuman boba memberikan informasi mengenai rasa dan kualitas produk yang ditawarkan minuman boba ini kepada calon konsumen lainnya, selain itu

WIB.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> <u>http://gbgindonesia.com</u>, diakses pada tanggal 7 Desember 2022, pada jam 12.10

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> https://media.neliti.com, diakses pada tanggal 7 Desember 2022, pada jam 13.58 WIB

lokasi pasar yang dilalui banyak alat transportasi membuat minuman boba ini semakin dikenal karena banyaknya masyarakat yang bisa saja mampir ketempat ini ketika melakukan aktivitas.

berikut ini:

Tabel I.I Penjualan Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan (%)

Bulan	Tahun	Penjualan Minuman My Boba
November	2021	70
Desember	2021	58
Januari	2022	83
Februari	2022	79
Maret	2022	87

Hasil survei pada Minuman My Boba

Berdasarkan data penjualan minuman my boba di Kota Padangsidimpuan pada tabel I.1 mengalami fluktuasi. Dimana penjualan minuman my boba di Kota Padangsidimpuan pada bulan November tahun 2021 sebesar 70 persen , sedangkan dibulan Desember tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 58 persen, kemudian dibulan Januari tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 83 persen, kemudian dibulan Februari mengalami penurunan sebesar 79 persen dan dibulan Maret mengalami penurunan sebesar 87 persen. Dapat disimpulkan mengalami peningkatan paling tinggi pada bulan Februari tahun 2022 sebesar 95 persen sedangkan mengalami penurunan paling rendah pada bulan November tahun 2021 sebesar 58 persen. Keputusan pembelian terhadap minuman my boba yang dilakukan masyarakat ataupun konsumen di

 $^4\mathrm{Wawancara}$  Dengan Bapak Baginda Hasibuan, tanggal 07 September 2022 di pasar Huristak, pukul: 10.00 WIB.

-

pengaruhi oleh beberapa faktor yang menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian masyarakat terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.

My Boba didirikan pada tahun 2020 di depan Swalanyan Rahmad. My boba ini sudah hampir 2 tahun sudah berdiri di Padangsidimpuan. Lokasi yang di gunakan yaitu lahan atau tempat parkir Swalayan Rahmad dengan memakai sebagian kecil tempat parkir. Awal mula berdirinya minuman ini dari seringnya pemilik boba pulang pergi Bandung untuk Melakukan liburan disana. Maka dari sana pemilik My Boba berinisiatif untuk mendirikan my boba di Padangsidimpuan ini. My boba ini sudah sangat banyak diketahui oleh Masyarakat atau Mahasiswa sekalian.

Keputusan pembelian merupakan hak dari konsumen. Konsumen bebas memilih produk dan merek yang akan dibelinya. Konsumen akan berusaha membuat keputusan terbaik dan cenderung setia terhadap minuman yang sudah dipilihnya. Pada saat konsumen tidak dapat mengevaluasi barang yang akan dibeli, maka kecenderungan bagi konsumen untuk menggunakan pertimbangan dari minuman yang dikonsumsi. Minuman inilah yang akan membedakan antara produk yang ditawarkan oleh suatu usaha dengan produk sejenis yang ditawarkan oleh penjual yang lain. Pengembangan produk merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk membuat produk yang berdaya saing tinggi. Konsumen sebelum memilih produk mereka bukan hanya sekedar melihat dari pemenuhan bersih atau enaknya suatu minuman yang diperoleh dari barang itu sendiri akan tetapi

masyarakat atau mahasiswi yang akan melihat makanan atau minuman yang terdapat pada produk itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan studi tentang " **Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat terhadap Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan**"

#### B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- Variasi Harga menimbulkan banyak pilihan bagi pelanggan pembelian masyarakat terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.
- Keputusan pembelian konsumen terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.
- Keputusan pembelian masyarakat terhadap minuman my boba pelanggan melihat kualitas dari minuman my boba penjualan minuman my boba semakin memikat pembeli.
- 4. Banyaknya jenis minuman my boba yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk minuman my boba.

#### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, peneliti melakukan pembatasan masalah agar pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu penelitian ini dibatasi, hanya meneliti tentang pengaruh harga dan kualitas terhadap

keputusan pembelian masyarakat terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.

#### D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

- 1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman my boba di Kota Padangsidimpuan?
- 2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman my boba di Kota Padangsidimpuan?

#### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah variabel yang telah dipilih oleh peneliti agar dapat di ukur, dengan cara melihat pada dimensi atau indikator dari suatu konsep atau variabel. Variabel penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel terikat atau variabel yang bebas, serta variabel bebas yaitu variabel yang tidak memiliki ketergantungan terhadap variabel lainnya. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian masyarakat di Kota Padagsidimpuan. Sedangkan variabel bebasnya adalah harga dan kualitas minuman my boba di Kota Padangsidimpuan. Operasional variabel biasanya terdiri dari definisi konseptual, indikator yang digunakan, alat ukur yang digunakan dan penilaian alat ukur. Tabel I.I menunjukkan definisi operasional variabel dalam penelitian ini.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*, (Yogkarta: Penerbit ANDI, 2018), hlm.137.

Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukur
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan nyata yang dilakukan oleh seorang konsumen dengan melakukan berbagai proses sebelum melakukan pembelian terhadap suatu minuman my boba.	<ul> <li>a. Pengenala n masalah</li> <li>a. Pencarian informasi</li> <li>b. Evaluasi alternatif</li> <li>c. Keputusan pembelian</li> </ul>	an Ordinal
2.	Harga(X <sub>1</sub> )	Harga adalah sejumlah kompensasi (uang, maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Harga dapat menjadi sangat tinggi dari segi biaya, meskipun relatif rendah dipandang dari segi permintaan, dilihat dari segi nilai dan keistimewaan lainnya.	a. Nilai b. Diskon c. Harga menurut daftar	Ordinal
3.	Kualitas Produk $\{X_2\}$	Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	a. Rasanya yang enak b. Fitur produk c. Daya tahan kemasan	Oridina

#### F. Tujuan Penelitian

- 1. Untuk mengetahui pengaruh harga minuman my boba terhadap keputusan pembelian minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.
- Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk minuman my boba terhadap keputusan pembelian minuman my boba di Kota Padangdidimpuan.

#### G. Manfaat Penelitian

#### a. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan agar dapat sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi pihak perusahaan , untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian masyarakat dan minuman boba dalam menciptakan keputusan pembelian tersebut yang pada akhirnya berguna bagi tujuan jangka panjang perusahaan. Serta, sebagai informasi yang dapat dijadikan dasar didalam strategi untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

# b. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoritis dan menambah wawasan tentang gaya hidup dan atribut produk dan keputusan pembelian.

#### c. Bagi Peneliti Akademisi

Untuk peneliti selanjutnya, penulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan atau bahan perbandingan serta

referensi untuk penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis atau yang lebih luas.

#### H. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan dalam proposal tersusun atas agar beberapa unit agar mudah dipahami antara lain:

BAB I Pendahuluan Didalamnya memuat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan dibahas tentang hal yang melatar belakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Batasan yang telah ditentukan akan dibahas mengenai definisi skala pengukuran yang berkaitan dengan variabelnya. Selanjutnya dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi penliti, perusahaan, dunia akademik, dan pembaca.

BAB II Landasan Teori didalamnya memuat tentang perangkat teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat dan dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori

yang ada tentang variabel penlitian akan digambarkan bagaimana hubungan antara variabel dalam bentuk kerangka pikir. Dan selanjutnya memuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian didalamnya memuat tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, instrumen pengumpulan data, dan analisis data. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian, serta jenis penlitian. Selanjutnya akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel penelitian. Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang isinya tentang gambaran umum objek penelitian yang akan dilakukan peneliti, hasil uji analisis data di olah dengan bantuan program Smrt-PLS versi 3.2.7, setela itu peneliti akan membahas hasil dari penelitian yang sudah di ola dengan menggunakan Smrt-PLS versi 3.2.7.

**BAB V Penutup** yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan di dalam penelitian ini.

#### **BAB II**

#### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

#### 1. Keputusan Pembelian

#### a. Pengertian Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian adalah proses integresi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevalusi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya. Keputusan pembeliaan konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan. 6

Banyak dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan, seperti : emosional, intuisi, pengalaman, wewenang, dan fakta. Dalam praktek sehari-hari cuup banyak pembelian berdasarkan emosional, seperti : senang dengan penjual, kemasan menarik, tertarik dengan taktik

 $<sup>^6</sup>$  Meithiana Indrasari,<br/>, $PEMASARAN\,DAN\,KEPUASAN\,PELANGGAN,$ (Surabaya: UNITOMO PRESS, 2019), hlm.<br/> 70.

bujukan si penjual. Keputusan berdasar intuisi, pengalaman, dan fakta relative lebih baik daripada berdasarkan emosional semata. Dalam membuat sebuah keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk mengadakan pembelian. Maka dengan demikian keputusan pembelian dapat menghasilkan referensi untuk pengembangan dan perluasan produk yang akan dilakukan perusahaan yang didapat dari faktor penunjang keputusan yang dilakukan.

#### b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

#### 1. Factor Budaya

Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam. Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Sub-budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah pembagian masyaraka yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. kelas sossocialdak hanya mencerminkan penghasilan tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan wilayah tempat tinggal.

<sup>8</sup> Oscar, Bheben dan Hilman Cahya Megantara," Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army" *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* Vol. 10, No. 1, Maret 2020, ISSN: 2087-3077, hlm. 4.

•

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Agustinus Johanes Djohan, *MANAJEMEN DAN STRATEGI PEMBELIAN*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hlm. 45.

#### 2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status social masyarakat.

#### a) Kelompok acuan

Kelompok acuan sering terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut. kelompok acuan mempengaruhi pendirian dan konsep pribadi seseorang karena individu biasanya berhasrat untuk berperilaku sama dengan kelompok acuan tersebut.

#### b) Keluarga

Keluarga sendiri biasanya menjadi sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orangtua saat mereka melihat perilaku orang tua mereka mendatangkan manfaat atau keuntungan.

#### c) Peran dan status dalam masyarakat

Peran adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya. Sedang status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dijalankan. Setiap individu dan status yang disandangnya akan mempengaruhi perilakunya.

#### 3. Factor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian, dan konsep diri pembeli.

#### a) Usian dan Tahap Siklus Hidup

Individu dalam membeli barang atau jasa biasanya disesuaikan dengan perubahan usia mereka. Pola konsumsi yang terbentuk juga berbeda antara individu-individu yang usianya berbeda.

# b) Pekerjaan

Pekerjaan individu tentunya ikut mempengaruhi perilaku pembelian individu. Penghasilan yang mereka peroleh dari pekerjaanya itulah yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian mereka.

#### c) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup akan sangat mempengaruhi pola tindakan dan perilaku individu.

#### d) Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

#### 4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama. Faktor-faktor tersebut terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai tahap intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi dapat sangat beragam antara individu satu dengan yang lain yang mengalami realitas yang sama.<sup>9</sup>

#### c. Tipe Keputusan Pembelian

#### 1. Complex Decision Making

Complex decision making bisa terjadi ketika konsumen melakukan pembelian produk yang membutuhkan berbagai pertimbangan sehubungan dengan pentingnya produk dan tingginya risiko bagi individu konsumen. Pada umumnya, konsumen akan memprtimbangkan berbagai merek dan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan sebelum membeli jilbab atau barang lainnya, konsumen akan mempertimbangkan secara selektif setiap detail perbedaan dari masing- masing produk. informasi ini penting bagi

.

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Meithiana Indrasari, hlm. 76-78.

konsumen supaya tidak terjadi *post purchase dissonance* (ketidaknyamanan setelah pembelian).

#### 2. Limited Decision Making

Limited decision making terjadi ketika konsumen melakukan keputusan untuk membeli suatu produk yang membutuhkan pertimbangan merek dan informasi, yang secara kontiniu menarik bagi konsumen atau konsumen sering mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut. Proses pembuatan keputusan terbatas ini membutuhkan lebih sedikit informasi daripada complex decision making.

#### 3. Brand Loyality

Brand loyality menunjukkan sikap loyal terhadap merek tertentu dan berdampak pada pembelian secara konsisten sepanjang waktu. Konsumen yang loyal terhadap merek tertentu akan melakukan pembelian merek tersebut dalam jangka panjang, dan membutuhkan informasi yang relatif sedikit, karena sudah menjadi kebiasaanya untuk membeli produk dengan merek tersebut. Loyalitas konsumen terhadap merek tertentu ini disebabkan oleh rasa puas atau rasa keinginan dan kebutuhan yang terpenuhi terhadap merek tersebut secara berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan.

#### 4. Inertia

Ketika konsumen menggunakan *hirarki low involvement*, konsumen membentuk keyakinan terhadap produk secara pasif dan membuat keputusan hanya dengan memproses sedikit informasi dan selanjutnya mengevaluasi merek setelah pembelian.

#### 5. Impulse Purchasing

Tipe keputusan ini dikenal dengan keputusan pembelian tibatiba, dikatakan demikian karena konsumen tidak membutuhkan banyak pertimbangan untuk melakukan pembelian. Proses keputusan dapat dilakukan dengan cepat, tanpa harus menunggu pencarian informasi dan *judgment* tertentu untuk memilih produk. Bagi kinsumen merek itu sendiri sudah cukup dipergunakan sebagai dasar untuk membandingkan konsumen relatif tidaak menghadapi *switching cost* (biaya yang timbul atas peralihan ke produk lain) yang tinggi. <sup>10</sup>

#### d. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam

Aktivitas ekonomi menurut islam salah satu yang menciptakan masalah yang menuju falah(kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tidak dapat terlepas dari perspektif tersebut. Teori konsumsi ada karena teori permintaan akan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan dan kebutuhan oleh konsumen. Keinginan dalam islam identik dengan sesuatu yang bersumber pada nafsu. Teori permintaan yang biasanya berbentuk konsumsi dalam ekonomi dalam ekonomi islam didasari atas adanya kebutuhan bukan keinginan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Maidah: 100).

.

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Oscar, Bheben dan Hilman Cahya Megantara, hlm. 84-85.

# قُلْ لَا يَسْتَوى الْخَبِيْثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ اَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيْثِ فَاتَّقُوا اللهَ يَالُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُقْلِحُوْنَ

Artinya: Katakanlah, tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah SWT agar kamu mendapat keberuntungan". 11

Berdasarkan ayat di atas Islam sudah mengejarkan bahwa sebaiknya memenuhi kebutuhan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dengan yang buruk tujuannya agar tidak menyesal dikemudian hari.

Prinsip-prinsip Dasar Ekonomi Islam yang berkaitan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Aqidah (tauhid) dalam bahasa Arab akidah berasal dari kata al-,,aqdu yang berarti kepercayaan atau keyakinan yang kuat.
- Adil (Keadilan) merupakan tujuan dari salah satu prinsip dasar dalam Islam. Keadilan merupakan pilar terpenting dalam ekonomi Islam.
- 3. Nubuwwa bagian dari sikap ketundukan, sikap keimanan. Gagasan ini mengarahkan siapapun pada ruang-ruang diskursif yang teramat luas.
- 4. Ma"ad atau return salah satu tujuan yang hendak dicapai seseorang. Namun perlu ditegaskan bahwa hasil dalam tataran ekonomi islam tidak hanya berorientasi pada hasil yang berupa materiel, tetapi mencari falah.<sup>12</sup>

\_

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, hlm. 124.

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Siti Umi Nur Aisah," Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam" dalam *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2020, hlm. 37-38.

# e. Indikator Keputusan Pembelian

#### 1. Pengenalan masalah

Proses pembelian oleh konsumen diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal, terjadi pada salah satu kebutuhan umum seseorang (seperti lapar dan haus) telah mencapai ambang batas tertentu dan mulai jadi pendorong. Konsumen akan mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi kembali seberapa baik masing-masing alternatif tersebut agar dapat memenuhi kebutuhannya. Pengambilan keputusan terjadi bila ada kepentingan khusus bagi konsumen, atau keputusan yang membutuhkan tingkat keterlibatan yang tinggi.

#### 2. Pencarian informasi

Setelah konsumen yang terangsang kebutuhannya, konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Orang lebih peka terhadap informasi produk. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif. Internal atau eksternal, pencarian yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif hanya dengan membaca ikan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran produk yang diingnkan. Informasi pencarian informasi eksternal tersebut dapat berupa:

- Sumber pribadi, seperti opini dan sikap dari teman , kenalan, dan keluarga.
- b) Sumber bebas seperti kelompok konsumen
- c) Sumber pemasaran seperti iklan
- d) Sumber pengalaman langsung seperti langsung mengunjungi took, dan mencoba produk secara langsung.
- e) Sumber yang lagi ngetren saat ini.

Konsumen mencari apa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Setelah tahu apa yang tepat maka ia akan melakukan penilaian disertai pertimbangan yang diperoleh dari berbagai informasi berkaitan dengan lamanya waktu dan jumlah uang yang tersedia untuk membeli.

#### 3. Evaluasi alternative

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal, selanjutnya konsumen harus meakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya. Evaluasi mencerminkan keyakinan dan sikap yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan seseorang tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Tak kalah pentingnya dengan keyakinan adalah sikap. Sikap adalah evaluasi , perasaan emosi, dan kecenderungan

tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang pada objek atau gagasan tertentu.

Evaluasi alternatif terdiri dari dua tahap, yaitu menetapkan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Setelah konsumen mengumpulkan informasi mengenai jawaban alternative terhadap suatu kebutuhan, maka konsumen akan mengevaluasi pilihan dan menyederhanakan pilihan pada alternatif yang diinginkan.

# 4. Keputusan pembelian

Setelah tahap-tahap tadi dilakukan, sekarang saatnya bagi pembeli untuk menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak. Jika keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, kualitas dan sebagainya. Konsumen bisa mengambil beberapa sub keputusan, meliputi merek, pemasok, jumlah, waktu pelaksanaan, dan metode pembayaran.

# 5. Perilaku pasca pembelian

Pemasar harus memperhatikan konsumen setelah melakukan pembelian produk. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian, karena mungkin harga barang dianggap terlalu mahal, atau ungkin karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya. Konsumen akan membandingkan produk atau jasa yang telah ia beli,

dengan produk atau jasa lain. Hal ini dikarenakan konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas-fasilitas tertentu pada barang yang telah ia beli, atau mendengar keunggulan tentang merek lain. Perilaku ini mempengaruhi pembelian ulang dan juga mempengaruhi ucapan-ucapan pembeli kepada pihak lain tentang produk perusahaan.<sup>13</sup>

#### 2. Harga

#### 1. Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah kompensasi (uang, maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Bagi sebagian besar anggota masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. 14 Karena, penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikelurkan untuk produksi ditambah besarnya laba kurang menguntungkan. Karena pembeli dan volume penjualan berkurang. Akibatnya semua biaya yang telah 23 dikeluarkan tidak dapat tertutup, sehingga pada akhirnya perusahaan menderita rugi. Maka, salah satu prinsip dalam penentuan harga adalah penitik beratan pada kemauan pembeli terhadap harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan beserta persentase laba yang diinginkan.

.

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Muhammad Anang Firmansyah, *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018), hlm. 27-30.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Suherman Rosydi, Pengantar Teori Ekonomi (Jakarta:Rajawali, 2011), hlm. 129. 15

Menurut Grawel dan Levy dalam buku strategi pemasaran, merumuskan definisi harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik, pengorbanan tersebut biasanya mencakup uang yang harus dibayarkan kepada pemasar agar bisa mendapat produk serta pengorbanan lainnya. <sup>15</sup>

Adapun indikator tentang harga yaitu sebagai berikut:

- Nilai (value) dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga.
- 2) Diskon merupakan potongan harga yang yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitasaktivitas tertentu yang dilakukan pembeli. Istilah harga obral (sale price), yakni diskon sementara dari harga menurut daftar (list price). Tipe diskon ini bertujuan mendorong pembelian segera, dengan kata lain, untuk menikmati harga obral pelanggan mengorbankan kenyamanan membeli pada saat mereka memang ingin membeli.
- 3) Harga menurut daftar, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Harga suatu produk dipersiapkan oleh perusahaan untuk masingmasing permintaan berdasarkan spesifikasi-spesifikasi

.

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta:CV. Andi, 2015), hlm. 290-312

penjualan dan unsur biaya standar yang ditampilkan dalam tabel yang disusun oleh perusahaan untuk tujuan ini.

Harga yang dihitung dalam estimasi sering kali disesuaikan untuk tujuan penetapan. 16

#### a) Cost Oriented Pricin

Kebanyakan perusahaan mengunakan metode menghitung lebih dahulu biaya-biaya, termasuk alokasi eksploitasi.

- a) Mark up pricing ataucost plus pricing.
  - a) Sederhana
  - b) Berkesan jujur terhadap saingan
  - c) Berkesan jujur terhadap sainganTarget Pricing
- b) Uraian mengenai siasat penetapan harga bardasarkan target
   laba terdapat pada bagian diatas

#### b) Demand – Oriented Pricing

Pada cost-oriented pricing dasar yang digunakan adalah menambah persentase pada biaya. Demand oriented pricing mendasarkan kepada tingkah laku demand misalnya harga yang tinggi biasanya bilamana demand sangat kuat dan harga rendah bilamana demand lemah. untuk menanggapi aneka macam konsumen yang menginginkan suatu produk, maka cara yang biasa ditempuh ialah dengan mengadakan diskriminasi harga.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Robert N. Anthony Vijay Govindarajan, Management Control System (Jakarta :Salemba Empat, 2012), hlm.43.

macam-macam diskriminasi harga yang dapat dilakukan misalnya adalah diskriminasi terhadap:

- a. Teritorial
- b. Kelompok Customer (Pelanggan)
- c. Waktu
- d. Kualitas atau bentuk produk

#### c) Competition Oriented Pricin

Competition Oriented pricing adalah bilamana penetapan harga didasarkan kepada harga yang ditetapkan oleh saingan. Harga dapat ditetapkan lebih rendah atau lebih tinggi dari saingan. Pada hakikatnya penetapan harga tidak sangat erat hubungannya dengan biaya atau demand dapat berubah, namun harga mungkin saja dipertahankan karena alasan saingan yang tetap mempertahankan harga. keadaan yang sebaliknya pun mungkin terjadi.<sup>17</sup>

Kebijakan dalam penetapan harga adalah kegiatan yang amat penting, karena apabila harga terlalu tinggi, produk tersbut mengalami kesulitan dalam memasuki pasar, demikian pula sebaliknya dengan harga terlalu rendah menyebabkan kerugian terhadap kegiatan usaha. Terlalu rendah menyebabkan kerugian terhadap kegiatan usaha. Berdasarkan pada uraian ini, penetapan harga harus benar-benar diperhitungkan, termasuk dalam

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Mursid, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Bumi Askara, 2008), hlm. 83.

menetapkan besarnya keuntungan yang diperlukan. Penentuan harga dapat dilakukan dengan dua cara yaitu penetapan harga dengan cara menentukan persentase keuntungan dan penetapan harga dengan cara menghitung biaya produksi secara keseluruhan.<sup>18</sup>

#### 3. Kualitas Produk

#### 1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Kotler dan keller) Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan.

Menurut Farisi Kualitas produk merupakan upaya atau kemampuan yang dilakukan perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya.

#### 2. Faktor-Faktor Kualitas Produk

Produk Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk menurut yaitu:

.

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Yacob ibrahim, Studi Kelayakan Bisnis (Jakarta :PT Rineka Cipta, 2003), hlm.112.

#### 1. Daya tahan produk

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet. Produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibanding produk yang cepat habis atau cepat diganti.

#### 2. Bentuk produk

Tampilan luar produk seperti ukuran, tekstur dan pola yang sering sekali menjadi daya 25aria pertama bagi calon pembeli.

# 3. Desain produk

Proses mulai dari membayangkan sebuah desain, menciptakan, dan memperbaikinya yang dapat menyelesaikan masalah dari penggunanya secara spesifik. Kunci keberhasilan dari sebuah desain produk adalah mengerti secara menyeluruh terkait keinginan konsumen, karena mereka yang akan menggunakan produk tersebut.

#### 4. Gaya atau penampilan produk

Sekumpulan atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasikan. Penampilan fisik produk ini meliputi bentuk dan ukuran serta warna.

Kualitas produk adalah salah satu pendukung yang membuat suatu produk dipilih oleh konsumen untuk dikonsumsi atau digunakan, dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan menentukan bagaimana minat konsumen terhadap produk tersebut. Adapun 26 variable 26 kualitas produk menurut Astuti adalah:

- 2. Kinerja (performance)
- 3. Keistimewaan Produk (feature)
- 4. Eliabilitas / keterandalan (26ariable26nt)
- 5. Kesesuaian (conformance)
- 6. Ketahanan (durability)
- 7. Kemampuan Pelayanan (service ability)
- 8. Estetika (aesthetics)
- 9. Kualitas yang dirasakan (perceived quality)

#### b. Indikator Kualitas Produk

Dalam penelitian Bahar & Sjaharuddin ada tiga 27ariable27 yang mencirikan Kualitas Produk makanan & minuman yaitu:

- 1) Rasanya yang enak
- 2) Fitur produk
- 3) Daya tahan kemasan

# B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti melampirkan penelitian terdahulu yang didasarkan sebagai berikut ini:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Data	
1.	Pengaruh Brand image,	Analisis	Pengaruh Brand Image
	kualitas produk serta	Regresi linear	terhadap keputusan
	kualitas layanan terhadap	Berganda	pembelian pada minuman
	keputusan pembelian	dengan	chatime berpengaruh
	produk minuman	menggunakan	signifikat terhadap
	Chatime{Fajar	program	keputusan pembelian
	Abriansyah{2021}	aplikasi SPSS	
2	Pengaruh Brand Image	Analisis	Hasil penelitian ini brand
	dan Brand Trust terhadap	purpose	image berpengaruh positif
	keputusan pembelian dan	sampling	dan <i>signifikat</i> terhadap
	brand <i>loyalty</i> minuman	dengan	brand trust serta brand
	Chatime di Kota	menggunkan	loyalty minuman chatime di
	Pekanbaru{Eriaulia Sri	metode Partial	kota Pekanbaru
	Kerina{2021}	Least Square	
		{PLS}	
3	Pengaruh kepercayaan	Regresi Linear	Hasil dari penelitian
	Merek, Priklanan, dan	Berganda	menyatakan variabel
	Kualitas Produk	{Multiple linear	kepercayaan, merek,
	Terhadap Keputusan	regression}	periklanan, dan kualitas
	pembelian produk		produk secara simultan
	Minuman Isotonik		berpengaruh positif dan
	Mizone di kota		signifikat terhadap
	palu{Muh. Rizki Fauzan,		keputusan pembelian
	Maskuri, Sutomo,		produk minuman minuman
	Rahmad Mubaroq{2015}		isotonic mizone di kota palu
4	Pengaruh komponen	Teknik analisis	Dari hasil penelitian ini
	Citra Merek {Brand	regresi linear	disimpulkan bahwa variabel
	<i>Image</i> } terhadap loyalitas	berganda	citra merek berpengaruh
	produk minuman Share		positif terhadap variabel
	Tea di Kota		loyalitas konsumen
	Manado{Gabriella		
	Susana Tineke Rasulangi,		
	Nordy F.L Waney,		
	Joachim N.K		

	Dumai{2017}		
5	Pengaruh Citra Merek	Teknik analisis	Citra Merek{brand image}
	{Brand Image} dan	regresi linear	dan kepercayaan
	Kepercayaan Merek	berganda	merek{brand trust}
	{Brand Trust} Terhadap		memiliki pengaruh secara
	Keputusan Pembelian		parsial terhadap keputusan
	Minuman Merek		pembelian serta keduanya
	UltraMilk Pada		secara signifikat.
	Mahasiswa Jurusan		
	Administrasi Niaga Di		
	Poltenik Negeri		
	Malang{Dhira		
	Nadiwiwardhana}		

Berikut merupakan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian di atas yaitu:

- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Abriansyah, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Abriansyah, yaitu variabel dependen yang diteliti sama yaitu keputusan pembelian. Selain itu salah satu variabel independennya juga sama, yaitu minuman boba. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti Lilis Tri Handayani menambah satu variabel independennya yaitu *kualitas layanan*.
- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Eriaulia Sri Kerina, yaitu variabel dependen yang diteliti sama yaitu keputusan pembelian. Selain itu salah satu variabel independennya juga sama, yaitu minuman boba. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti Eriaulia Sri Kerina menambahkan satu variabel independennya yaitu *brand trust*.

- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh. Rizki Fauzan, Maskura, Sutomo, Rahmad, Mubaraq, yaitu penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh mereka, yaitu variabel dependen yang diteliti sama yaitu keputusan pembelian. Selain itu salah satu variabel independennya berbeda.,
- d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Gabriella Susana Tineke Rasulangi,Nordy F.L Waney, Joachim N.K Dumai ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu variabel dependen yang diteliti sama yaitu keputusan pembelian. Selain itu salah satu variabel independennya juga berbeda.
- e. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhira Nadiwardhana yaitu variabel dependen yang diteliti sama yaitu keputusan pembelian. Selain itu salah satu variabel independennya juga sama, yaitu berbeda. Sedangkan perbedaannya yaitu para peneliti menambahkan beberapa variabel lain.

# C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Kerangka berpikir disusun dengan berdasarkan pada tinjauan Pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Dalam Penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu, variabel dependen atau terikat yaitu keputusan pembelian sebagai variabel (Y) dan variabel independen atau bebas yaitu minuman my boba (X1). Berdasarkan pengembangan model penelitian diatas,

kerangka teori dan penelitian terdahulu, maka kerangka pikir dalam penelitian ini disajikan pada gambar berikut ini:

Keterangan:

# **D.** Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Sehubungan dengan pengamatan dan penelitian penulis atas permasalahan yang terjadi maka peneliti mengemukakan dugaan yaitu:

- Ho<sub>1</sub>: Tidak terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian minuman my boba terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.
- Ha<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh keputusan terhadap keputusan pembelian minuman my boba terhadap masyarakat di Kota Padangsidimpuan.
- Ho<sub>2</sub>: Tidak terdapat pengaruh pembelian terhadap keputusan pembelian minuman my boba terhadap masyarakat di Kota Padangsidimpuan.
- Ha<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian minuman my boba terhadap masyarakat di Kota Padangsidimpu

#### **BAB III**

#### METODE PENELITIAN

#### A. Waktu dan Lokasi Penekitian

Lokasi Penelitian ini adalah Di Padangsidimpuan. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan januari sampai dengan selesai pada tahun 2022.

#### **B.** Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dimana penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Selain itu penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.<sup>19</sup>

#### C. Populasi dan sampel

# 1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Medis Publishing, 2015), hlm. 17.

ditarik kesimpulan.<sup>20</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 473 orang.

#### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti dengan demikian sampel yang ambil dari populasi harus betul-betul refresentatip (mewakili). Dalam hal ini sampel yang digunakan adalah pelanggan Minuman My Boba. "Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel acak (random sampling). Sampel acak (random sampling) adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi angota sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane yang dikutip oleh Rahkmat sebagai berikut:<sup>21</sup>

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d<sup>2</sup> = Persepsi yang diterapkan (10%)

$$\frac{473}{473.(0.1)^2+1}$$

$$n = \frac{473}{473.0,01+1}$$

<sup>20</sup> Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019), hlm. 45.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif di Lengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.53.

$$n = \frac{473}{4,73+1}$$

$$n = \frac{473}{5,73} = 82,5 = 83$$

Berdasarkan keteranan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 83 responden.

# D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan memudahkan peneliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tentang determinan keputusan pembelian masyarakat terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari obyek yang langsung diteliti dan kemudian diolah oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan adalah untuk menguji hipotesis terhadap data primer dari penelitian yang berupa jawaban dari pertanyaan atau kuesioner terhadap masyarakat. Sedangkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Observasi

Teknik observasi menuntut adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Selain itu observasi merupakan suatu tekhnik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.<sup>22</sup>

# 1. Angket

Angket adalah metode pengumpulan data untuk memahami individu dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek kepribadian individu. Angket juga merupakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daaftar pernyataan.

Tabel III.1 Nilai Indikator Skor Angket

	Skor Pernyataan
Kategori Jawaban	Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

.

 $<sup>^{22}</sup>$  Sudaryono,  $Metode\ Penelitian\ Pendidikan,$  (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 87.

Angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu angket tentang Determinan Keputusan Pembelian masyarakat terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan yang disebarkan kepada responden. Adapun indikator angketnya adalah sebagai berikut: <sup>23</sup>

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Angket Determinan Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Keputusan	a. Pencarian informasi	1,2
Pembelian (Y)	b. Pengenalan masalah	3,4
	c. Evaluasi alternatif	
	d. Sosial	5
	e. Kualitas	6,9
		7,8,9,10,11
Harga	a. Minat	1,2
$(X_1)$	b. Aktivitas	3
	c. Opini	4,5
Kualitas Produk	a. Merek Produk	1,2
$(X_2)$	b. Desain Produk	3,4
·	c. Atribut Produk	5

# E. Uji Instrument

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaanpertanyaan pada kuesioner yang harus di buang karena dianggap tidak relevan. Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin di ukur.<sup>24</sup> Adapaun teknik korelasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik korelasi

\_

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Sudaryono, hlm. 90.

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm.132.

product moment. Untuk setiap butir pernyataan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrument pernyataan. Adapun pengambilan keputusan yaitu, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item atau butir pernyataan persebut valid. Dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan SPSS 23.

# 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila *Cronbach alpha* > 0,6 maka kuesioner dinyatakan reliabel dan dapat diterima.<sup>25</sup> Peneitian ini dibantu dengan SPSS 23.

#### F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan *variance* atau *component-based structural equation modeling*. Menurut Ghozali & Latan tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi

 $^{25}$  Duwi Priyanto,  $SPSS\ 22\ Pengolahan\ Data\ Praktis$  (Jakarta: Andi Offset, 2014), hlm.64.

.

prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten (*prediction*). PLS merupakan metode analisis yang *powerfull*.<sup>26</sup>

#### 1. Model Pengukuran atau Outer Model

Tahap pertama dalam evaluasi model, yaitu evaluasi model pengukuran atau *outer model*. Dalam PLS-SEM tahapan ini dikenal dengan uji validtas konstruk. Pengujian validitas konstruk dalam PLS-SEM terdiri dari validitas validitas konvergen dan validitas diskriminan. Korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.<sup>27</sup>

#### a. Convergent Validity

Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara item score atau indikator dengan score konstruknya. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin

<sup>27</sup> Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia, 2019), hlm. 41.

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Ghozali, Imam dan Hengky Lattan, *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program dengan Smart PLS 3.0* (Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponegoro, 2015), hlm. 59.

diukur. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, loading 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima.

#### **b.** Discriminant Validity

Discriminant validity indikator dapat dilihat pada cross loading antara indikator dengan konstruknya. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari average variance extracted ( $\sqrt{\text{AVE}}$ ) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dengan model. Model dikatakan mempunyai discriminant validity yang cukup baik jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Model dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0.5.

#### c. Composite Reliability

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam

.

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, hlm. 42.

mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.2.7, untuk mengkur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan reliable jika nilai composite reliability lebih besar dari 0.70.

### 2. Uji Model Struktural atau Inner Model

Model struktural atau *inner model* menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*.

#### a. R-Square

Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit model*. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah.

# b. Estimate For Path Coefficients

Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T statistik yaitu melalui metode *bootstrapping*. <sup>29</sup>

<sup>29</sup> Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, hlm. 62.

\_

#### **BAB IV**

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

# A. Deskripsi Hasil Penelitian

#### 1. Sejarah Umum Berdirinya BOBA

Minuman Boba merupakan kuliner yang sangat populer sepanjang tahun 2020, yaitu minuman dingin dengan bola-bola tapioka yang kenyal dan manis, dengan larutan susu kemudian ditambahkan sirup atau gula merah cair. Minuman Boba sendiri memiliki sejarah dari asal usulnya, pada tahun 1980an di Taiwan penjual makanan mencoba menyediakan menu pencuci mulut yang berasal dari variasi minuman teh yang di campur dengan susu, es serut dan ditambahakn dengan bola tapioka.

Disajikan dalam gelas yang dikocok sehingga menimbulkan Gelumbung. Inilah asal muasal disebut Bubble Tea. Seiring berjalannya waktu Bubble tea menjadi minuman favorit di negara lain hingga ke Amerika di era 90-an, banyak penjual yang mengkreasikan dengan menambahkan beberapa topping dan varian rasa. 30

44

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Wawancara dengan Ibu Suryani, Hari Jumat Tanggal 8 April 2022, Pukul 14.30 WIB

sangat terkenal dengan teh dengan kualitas yang baik. Sementara Boba sendiri merupakan makanan tradisional Taiwan. Fanny menjelaskan boba sebenarnya adalah makanan penutup tradisional yang disebut Fen yuan. Yaitu puding dari tapioka dengan rasa manis yang biasanya disajikan dengan es air gula.

Suatu saat, orang Taiwan ingin menikmati teh dengan cita rasa berbeda. Kemudian mereka menuangkan bola tapioka tersebut ke dalam es teh sebagai tambahan untuk menikmati teh. Boba tea pertama kali diperkenalkan oleh Liu Han-Chieh, pemilik toko teh asal Taiwan bernama Chun Shui Tang di Taichung, Taiwan. Karena semua orang menyukainya, akhirnya membuat teh boba tersebut menjadi produk yang dijual di toko milik Liu Han-Chieh. Minuman tersebut kemudian dikenal dengan nama bubble tea atau pearl milk tea secara internasional atau teh boba di Indonesia.

Bubble tea atau yang punya nama lain boba tea dan pearl tea sesungguhnya adalah minuman asal negara Taiwan yang disana biasa dijual di kaki lima. Bisa dibilang boba ini adalah cendolnya Taiwan. Laman Eater mendefinisikan minuman boba sebagai kategori luas dari chunky drinks macam es teh, jus, atau minuman apa pun dengan mutiara tapioka. Di negeri asalnya, Taiwan, boba dikenal dengan nama zenzhu naicha. Sementara di Amerika, orang mengenal boba dengan dua nama, bubble tea di pantai timur Amerika, dan boba di pantai barat Amerika Meski pertama kali berkembang

di Taiwan, mutiara tapioka itu justru terbuat dari ekstrak singkong asal Amerika Selatan.

Tapioka sendiri tidak punya rasa atau hambar, namun rasa manis boba berasal dari gula atau madu yang direndam. Tanaman ini masuk ke Taiwan dari Brasil melalui Asia Tenggara pada 1895-1945. Yang pertama menjual minuman dengan bola tapioka adalah Tu Tsong-he, pemilik Hanlin Teahouse. Awalnya ia menjual minuman dengan mutiara tapioka putih. Teksturnya agak keras dan hambar. Kemudian Tu Tsong-he beralih ke mutiara hitam. Mutiara ini direbus dalam tong besar dan disiram sirup karamel manis selama berjam-jam. Menggelegak sampai menjadi mutiara tapioka hitam, bertekstur kenyal, seperti yang saat ini sering kamu nikmati.

Hingga akhirnya tahun 1990, bubble atau boba menjadi sebuah sensasi di Asia. Dua puluh sembilan tahun bukanlah perjalanan singkat dari sebuah tren. Inovasi menjadi kunci kesuksesan. Minuman boba ini mempunyai inovasi yang besar yang bisa bertransformasi dan menciptakan gaya tarik.

Telah menjadi tren sejak awal 90-an, rupanya butuh waktu sepuluh tahun untuk membawa minuman bubble masuk ke Indonesia. Brand pertama yang mendatangkan minuman itu ke Indonesia adalah Quickly. Ia berdiri di Taiwan tahun 1996, dan merambah ke negara-negara lain di Asia. Akhirnya tahun 2000, Quickly hadir pertama kali di Plaza Indonesia. Sebagai pionir bubble drink di Indonesia, Quickly Indonesia kini sudah berusia 19 tahun.

Di Taiwan ibu-ibu di rumah itu biasa bikin pearl (bubble) sama seperti kita bikin cendol atau cincau, atau biji salak di rumah. Hanya saja, belum ada yang benar-benar menjualnya di toko. Nah, itu yang pertama-tamanya yang buat Quickly. Lalu minuman tradisional itulah yang dikemas dengan modern. Berawal dari minuman keseharian layaknya es cendol, minuman bubble kini punya banyak wajah, banyak nama. Bahkan seiring waktu, mutiara tapioka tak hanya menjadi pelengkap minuman. Sudah ada dessert dengan boba.

Salah satu minuman yang ada pearl atau boba ataupun buble yang juga sangat terkenal di Indonesia, sampai lebih banyak gerainya di Indonesia dari pada di Negara asalnya sendiri yaitu Taiwan, yaitu BOBA. Di Padangsidimpuan sendiri gerai Minuman BOBA ada 15.

#### Adanya fakta unik boba:

- 1. Dikenal dengan berbagai nama yaitu buble, pearl, dan zenzhu naicha.
- Warna aslinya bening yang berubah karena dimasak dengan gula hitam Okinawa.
- 3. Adanya inovasi boba dengan brown sugar inovasi dari Jepang.

Teh susu sudah lama terkenal di Taiwan. Liu Han-Chieh, pertamakali mendapatkan ide untuk menambah bola tapioka atau boba dengan es teh susu. Sampai saat ini tren boba teh sangat merajalela di Indonesia. Rasa teh susu yang manis dan boba menjadi sensasi yang baru minum teh. Berbagai macam makanan dan minuman telah hadir di sekitar kita, baik yang berasal

dari lokal, maupun internasional. Apalagi saat ini, di daerah Padangsidimpuan sedang diserang dengan demam boba.<sup>31</sup>

Di Indonesia sendiri, gerai-gerai penjual boba teh banyak ditemukan di mall. Kalangan generasi muda banyak yang menggemari minuman asal Taiwan 19 20 ini. Sebagaimana diketahui, minuman boba sendiri saat ini sedang hits yang menjadi tren. Penjual minuman boba ini bisa kita temukan di mana saja, mulai dari yang murah hingga yang mahal. Berbagai merek minuman boba kekinian pun hadir untuk semua kalangan, salah satunya adalah My Boba.

Menurut Ibu Suryani boba adalah minuman yang sedang digandrungi oleh pecinta kuliner terutama dari kalangan mahasiswa dan remaja saat ini. Minuman boba yang sedang tren saat ini menjadi pilihan minuman kekinian dikalangan masyarakat milenial. Hal ini terlihat dari banyaknya gerai-gerai minuman yang bersal dari Taiwan tersebut sangat banyak dijumpai ditengahtengah kehidupan masyarakat.

Teh boba sering dikenal sebagai teh susu mutiara dimana ini merupakan minuman yang berbasis teh Taiwan yang ditemukan di Taichung tahun 1998. Teh boba merupakan minuman yang memiliki komponen yaitu susu atau teh atau campuran dari keduanya. Untuk menambah rasa, biasanya pemilik bisnis menggunakan berbagai varian rasa untuk lebih menarik pembeli atau konsumen. Boba yang diproduksi memiliki warna khas yaitu warna hitam.

-

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Wawancara dengan Ibu Suryani, Hari Jumat Tanggal 8 April 2022, Pukul 14.30 WIB

Semakin banyaknya jenis minuman kekinian yang semakin inovatif, populer, serta memiliki keunikan setiap produk yang dengan mudah menarik minat konsumen. Minuman kekinian yang sedang banyak di gemari oleh kalangan remaja dan dewasa yaitu minuman boba. Perlu diketahui bahwa minuman milenial ini tidak hanya satu jenis produk saja yang dijual oleh pengusaha, namun banyak jenis minuman milenial yang sedang digandrungi oleh konsumen.

#### 2. Sejarah Berdirinya Minuman My BOBA

Latar belakang berdirinya produk minuman My boba di mulai dari daerah luar dari Negeri Taiwan. Dan lama kelamaan produk ini mulai berkembang ke Indonesia, sehingga di mulai dari banyaknya orang Indonesia pergi liburan ke Negara Taiwan dan mencoba belajar membuat atau memperjual belikan boba sampai berkembang pada saat ini. Boba ini awalnya sering disebut dengan *Bubble*.

Minuman My boba ini berdiri pada Tahun 2020 di depan Swalanyan Rahmad. My boba ini sudah hampir 2 tahun sudah berdiri di Padangsidimpuan. Lokasi yang di gunakan yaitu lahan atau tempat parkir Swalayan Rahmad dengan memakai sebagian kecil tempat parkir. Awal mula berdirinya minuman ini dari seringnya pemilik boba pulang pergi Bandung untuk Melakukan liburan disana. Maka dari sana pemilik My Boba berinisiatif untuk mendirikan my boba di Padangsidimpuan ini. My boba ini sudah sangat banyak diketahui oleh Masyarakat atau Mahasiswa sekalian.

Minuman ini sangat banyak di sukai para anak remaja pada zaman sekarang ini. Tidak hanya para anak remaja tapi para orang tua pun sudah mulai menyukai minuman boba atau sering disebut dengan minuman kekinian pada zaman sekarang ini.

Boba berasal dari Taiwan dan dikenal dengan nama *zenzhu naicha*. Makanan ini biasanya ditambahkan pada jus, es teh dan minuman. Bahkan dibeberapa gerai, boba menjadi campuran makanan ramen dan kue. Rasa boba yang memang menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemar minuman manis. Bahan utama *boba* adalah tepung tapioka. Tapioka sendiri tidak punya rasa, namun rasa manis boba berasal dari gula atau madu yang direndam sebelum disajikan. Boba atau *bubble* merupakan kata slang dalam bahasa mandarin.

Boba tersebut dari tepung tapioka alias singkong. Pada zaman dulu, para imigran cina yang datang ke Taiwan mendirikan kedai teh yang mana mencoba menyajikan teh dingin dengan memasukkan bola-bola tapioka kedalam minuman. Boba juga ikut menyebar ke Negara-negara Eropa namun belum bisa mengalahkan inovasi dari Cina. Cina sendiri menawarkan *boba milk tea* instan yang mana kita dapat menyimpan stocknya dirumah dan menyeduhkan ketika dingin.

# B. Karakteristik Pembelian Masyarakat Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan

Berdasarkan data dari 83 responden yaitu masyarakat Angkola Barat yang menggunakan jasa bank syariah khususnya pada bank Muamalat, maka diperoleh data tentang jenis kelamin, umur, dan daerah. Pengolahan data yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Deskripsi dari responden sebagai objek penelitian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteritik Responden

No	Keterangan	Uraian	Jumlah	Persentase
		Laki-Laki	43	51,8%
1	Jenis	Perempuan	40	48,2%
	Kelamin	Total	83	100%
		20-28 Tahun	23	27,7%
		29-39 Tahun	17	20,5%
2	Umur	40-54 Tahun	43	51,8%
		Total	83	100%

Sumber: Data diolah dari SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 83 responden terdapat 43 responden laki-laki atau dalam nilai persentase sebesar 51,8% dan 40 responden perempuan atau dalam nilai persentase sebesar 48,2%.

Ditinjau dari umur responden berkisar antara umur 20 tahun sampai dengan umur 54 tahun. Umur 20-28 tahun terdapat 43 responden atau senilai dengan 27,7%, umur 29-39 tahun sebanyak 17 responden atau senilai dengan 20,5%, dan umur 40-54 tahun sebanyak 23 responden atau senilai dengan 51,8%.

# C. Hasil Uji Instrument

# 1. Uji Validitas

D. Tabel 4.2 E. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

No Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan	
	Ö		)	
1	0,546	Intrumen valid, jika	Valid	
		$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} \text{ dengan}$		
2	0,508	df=n-2= 83-2= 81.	Valid	
		Pada taraf		
3	0,584	signifikansi 10%	Valid	
		sehingga diperoleh		
4	0,425	$r_{\text{tabel}} = 0.1818$	Valid	
5	0,340		Valid	

Sumber: hasil output SPSS versi 23 (data diolah 2022).

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas Prinsip Syariah  $(X_1)$  menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,1818. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 5 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Harga (X<sub>2</sub>)

No Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
	•		•
1	0,484	Intrumen valid, jika	Valid
		$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} \text{ dengan}$	
2	0,585	df=n-2= 83-2= 81	Valid
3	0,623	Pada taraf	Valid
	,	signifikansi 10%	
4	0,753	sehingga diperoleh	Valid
5	0,662	$r_{\text{tabel}} = 0.1818$	Valid
3	0,002		v allu

Sumber: hasil output SPSS versi 23 (data diolah 2022).

Berdasarkan 4.5 hasil uji validitas Imbalan Kualitas Harga  $(X_2)$  menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,1818. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 5 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
1	0.402	Intermon volid iilsa	Valid
1	0,402	Intrumen valid, jika	Valid
2	0,500	r <sub>hitung</sub> >r <sub>tabel</sub> dengan	Valid
3	0,649	df=n-2= 83-2= 81.	Valid
4	0,712	Pada taraf	Valid
5	0,642	signifikansi 10%	Valid
6	0,714	sehingga diperoleh	Valid
7	0,691	$r_{\text{tabel}} = 0.1818$	Valid
8	0,777		Valid
9	0,705		Valid
10	0,761		Valid
11	0,712		Valid

Sumber: hasil output SPSS versi 23 (data diolah 2022).

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas Keputusan Nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0.1818. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 11 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

# 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kesenjangan atau konsisten alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item-item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen

reliabel atau tidak. Suatu intrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach* > 0,60.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cornbach's N of		Keterangan	
	Alpha	Item		
Harga (X <sub>1</sub> )	0,811	5	Reliabel	
Kualitas Produk	0,642	5	Reliabel	
$(X_2)$				
Keputusan	0,877	11	Reliabel	
Pembelian (Y)				

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2022).

#### D. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)

#### 1. Convergent validity

Dilakukan dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antar skor suatu item pernyataan dengan skor indikator konstrak indikator yang mengukur konstrak tersebut. Nilai *loading factor* lebih besar 0.7 diatakan valid. Berikut adalah hasil uji *outer model* yang menunjukkan nilai *outer loading* dengan menggunakan alat analisis SmartPLS 3.2.7. Berikut merupakan hasil uji validitas setiap variabel yang telah diolah menggunakan SmartPLS 3.2.7.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga

GH1	0,831	Valid
GH2	0,805	Valid
GH3	0,505	Tidak Valid
GH4	0,796	Valid
GH5	0,664	Tidak Valid
GH6	0,767	Valid
GH7	0,174	Tidak Valid

GH8	0,852	Valid
GH9	0,804	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel IV.7 bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan dinyatakan valid. Selain itu ada 3 indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,70 yaitu pada indikator GH3 menunjukkan 0,505, indikator GH5 menunjukkan 0,664 dan indikator GH7 menunjukkn 0,174. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi beberapa aspek indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument. Berikut merupakan hasil eliminasi dari variabel Gaya Hidup dapat dilihat dari table IV.8 berikut.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Setelah Eliminasi

GH1	0,850	Valid
GH2	0,820	Valid
GH4	0,823	Valid
GH6	0,786	Valid
GH8	0,850	Valid
GH9	0,790	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel IV.8 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai *loading factor* untuk indikator GH1, GH2, GH4, GH6, GH8, dan GH9 setelah indikator GH3, GH5, dan GH7 dieliminasi dan dilakukan perhitungan kembali.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

	<u> </u>	
AP1	0,718	Valid
AP2	0,697	Tidak Valid
AP3	0,623	Tidak Valid
AP4	0,813	Valid
AP5	0,765	Valid
AP6	0,517	Tidak Valid
AP7	0,567	Tidak Valid
AP8	0,602	Tidak Valid
AP9	0,756	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel IV.9 bahwa indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan dinyatakan valid. Selain itu terdapat 5 indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,70 yaitu pada indikator AP2 menunjukkan 0,697, indikator AP3 menunjukkan 0,623, indikator AP6 menunjukkan 0,517, indikator AP7 menunjukkan 0,567, dan indikator AP8 menunjukkan 0,602. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi beberapa aspek indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument. Berikut merupakan hasil eliminasi dari variabel Atribu Produk dapat dilihat dari table IV.10 berikut.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk Setelah Eliminasi

AP1	0,713	Valid
AP4	0,840	Valid
AP5	0,819	Valid
AP9	0,804	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel IV.10 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai *loading factor* untuk indikator AP1, AP4, AP5, dan AP9 setelah indikator AP2, AP3, AP6, AP7, dan AP8 dieliminasi dan dilakukan perhitungan kembali.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel keputusan Pembelian

KP1	0,714	Valid
KP2	0,769	Valid
KP3	0,732	Valid
KP4	0,715	Valid
KP5	0,712	Valid
KP6	0,784	Valid
KP7	0,789	Valid
KP8	0,612	Tidak Valid
KP9	0,619	Tidak Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel IV.11 bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan dinyatakan valid. Selain itu terdapat 2 indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,70 yaitu pada indikator KP8 menunjukkan 0,612, dan indikator KP9 menunjukkan 0,619. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi beberapa aspek indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument. Berikut merupakan hasil eliminasi dari variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat dari table IV.12 berikut.

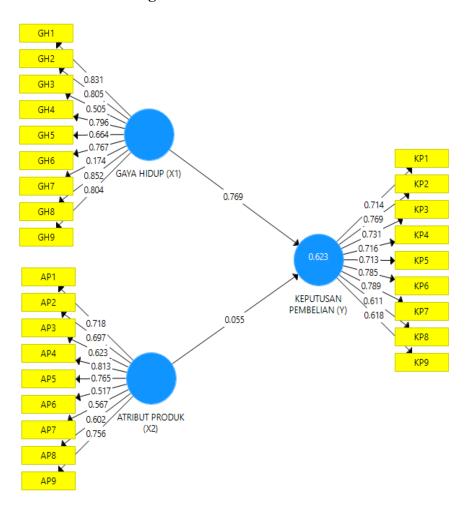
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Setelah Eliminasi

KP1	0,710	Valid
KP2	0,774	Valid
KP3	0,739	Valid
KP4	0,769	Valid
KP5	0,749	Valid
KP6	0,810	Valid
KP7	0,788	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

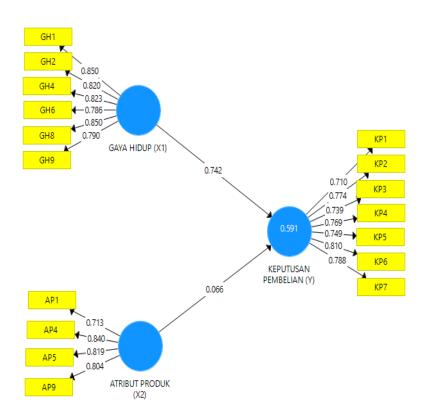
Berdasarkan tabel IV.12 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai *loading factor* untuk indikator KP1, KP2, KP3, KP4, KP5, KP6, dan KP7 setelah indikator KP8 dan KP9 dieliminasi dan dilakukan perhitungan kembali.

Seluruh variabel telah memiliki kriteria yang telah ditentukan sehingga seluruh variabel sudah dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil *loading factor* pada seluruh variabel dapat ditunjukkan pada gambar grafik berikut ini.



Gambar 4.1 Hasil Loading Factor Seluruh Variabel

Selanjutnya merupakan grafik hasil uji *outer loading* seluruh variabel setelah tahap eliminasi dapat dilihat pada grafik IV.2 berikut ini.



Gambar 4.2 Hasil Loading Factor Seluruh Variabel Setelah Eliminasi

#### 2. Discriminant Validity

Discriminant validity dilakukan dengan cara melihat nilai cross loading pengukuran konstrak. Nilai cross loading menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstrak dengan indikatornya dan indikator dari konstrak blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki discriminant validity yang baik apabila korelasi antara konstrak dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstrak blok lainnya. Berikut merupakan hasil pengolahan data

dengan menggunakan SmartPLS 3.2.7 hasil *cross loading* dapat ditunjukkan pada tabel IV.13 sebagai berikut.

Tabel 4.12 Nilai Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)

Kode Item	HARGA (X1)	KUALITAS PRODUK(X2)	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)
AP1	0,242	0,713	0,162
AP4	0,285	0,840	0,258
AP5	0,270	0,819	0,278
AP9	0,326	0,804	0,315
GH1	0,850	0,311	0,744
GH2	0,820	0,281	0,611
GH4	0,823	0,339	0,588
GH6	<mark>0,786</mark>	0,284	0,588
GH8	0,850	0,342	0,658
GH9	0,790	0,188	0,552
KP1	0,574	0,260	0,710
KP2	0,543	0,299	0,774
KP3	0,503	0,177	0,739
KP4	0,592	0,297	0,769
KP5	0,513	0,178	0,749
KP6	0,656	0,268	0,810
KP7	0,675	0,273	0,788

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwasanya korelasi antara konstrak dengan indkatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstrak blok lainnya sehingga menghasilkan *discriminant validity* yang baik.

#### 3. Composite Reliability

Pengujian *Cronchbach's Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas konsistensi dengan ketentuan nilai harus > 0,70. Penilaian reliabilitas juga dapat dilakukan dengan pengamatan *composite Reliability* yang merupakan teknik statistika untuk menguji nilai sesungguhnya dari variabel dengan ketentuan nilai reliabilitas dari *Composite Reliability* selalu lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Cronchbach's Alpha*. Berikut merupakan hasil nilai *composite reliability* dapat dilihat pada tabel IV.14 berikut ini.

Tabel 4.13 Nilai Validitas konvergen (Convergent Validity)

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit	Keterangan
HARGA (X1)	0,903	0,925	Reliabel
KUALITAS PRODUK (X2)	0,810	0,873	Reliabel
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	0,881	0,907	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas komposit dari variabel Gaya Hidup 0,925, Atribut Produk 0,873, dan Keputusan Pembelian 0,907 > dari nilai *Crobcach's Apha* yang dimana nilai *cronbach's Alpha* dari variabel Gaya Hidup 0,903, Atribut Produk 0,810, dan Keputusan Pembelian 0,881, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik karena nilai reliabilitas dari *Composite Reliability* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Cronchbach's Alpha*.

Berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* yang dimana variabel gaya hidup memiliki nilai *Cronbach's alpha* 0,903, atribut produk 0,810, dan keputusan pembelian 0,881 sehigga dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's alpha* > 0,70 sehingga dapat dinyatakan telah memiliki reliabilitas yang baik.

#### E. Hasil Uji Inner Model (Model Struktural)

Berikut akan dilakukan pengujian inner model (model structural) inner model dapat dievaluasi dengan melihat r-square (reliabilitas indikator) untuk konstrak dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (path coefficient). Semakin tinggi nilai r-square berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dilakukan. Nilai path coefficients menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

## 1. Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut, nilai koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada tabel IV.15 sebagai berikut.

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

591
,

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan nilai *r-square* pada tabel IV.15 menunjukkn bahwa Gaya Hidup dan Atribut Produk mampu menjelaskan variabilitas konstrak keputusan pembelian sebesar 59,1% dan sisanya sebesar 40,9% diterangkan oleh konstrak lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Nilai R-square merupakan nilai persentase jumlah data dari variabel independen yang secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen sehingga hal tersebut menunjukkan kemampuan variabel gaya hidup dan atribut produk dalam penelitian yang dilakukan terhadap keputusan pembelian jilbab Zoya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan sebanyak 59,1%.

#### 2. Uji Bootstraping

Penilaian signifikansi model prediksi dalam pengujian model structural, dapat dilihat dari nilai *P-Value*, jika nilai *P-Value* lebih kecil dari 0,05 artinya hubungan mempunyai pengaruh signifikan dan jika nilai *P-V*alue lebih besar dari 0,05 artinya tidak signifikan.

Dilihat dari *Original Sampel* apabila nilai original sampel bernilai positif maka arah pengaruhnya adalah positif dengan ketentuan nilai *Original Sampel* > 0,1 dan apabila nilai *Original Sampel* bernilai negatif maka arah pengaruhnya adalah negatif antara variabel independen ke variabel dependen dalam tabel *Path Coefficient* pada Output SmartPLS. Nilai pengujian hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada tabel IV.16 sebagi berikut.

Tabel 4.1 Hasil *P-Value* (*Bootstraping*)

Item	Sampel Asli (O)	Rata- rata Sampe I (M)	Standar Deviasi (STDEV	T Statistik (  O/STDE V  )	P Values
HARGA (X1) -> KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	0,742	0,748	0,071	10,490	0,000
KUALITAS PRODUK (X2) - > KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	0,066	0,079	0,071	0,931	0,353

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

#### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan tabel IV.16 di atas dapat dilihat nilai *original sample* adalah sebesar 0,742 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai *P-Value* 0,000 < 0,1. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian jilbab merek Zoya terhadap mahasiswi jurusan ekonomi syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Maka H<sub>01</sub> ditolak dan Ha<sub>1</sub> diterima.

#### b. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan tabel IV.16 di atas dapat dilihat nilai *original* sample adalah sebesar 0,066 dengan signifikansi dibawah 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai P-Value 0,353 > 0,1. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian jilbab merek Zoya terhadap mahasiswi jurusan ekonomi syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan secara negatif dan signifikan. Maka  $H_{02}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak.

#### F. Pembahasan Hasil Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan hasil analisis penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi konsumen dalam memutuskan keputusan pembelian minuman my boba di Kota Padangsidimpuan. Dalam penelitian ini membahas dua variabel X dan satu variabel Y yaitu Harga, Kualitas Produk untuk mengetahui Keputusan Pembelian. Sebanyak dua hipotesis dikembangkan dan di uji dengn menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan dibantu dengan Software SmartPLS 3.2.7. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut.

## 1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat terhadap Minuman My Boba di Kota Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil penelitian melalui pengujian hipotesis pertama diterima dapat dijelaskan bahwa hatga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai *original* 

sample adalah sebesar 0,742 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dimana nilai P-Value 0,000 < 0,1. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Sriyanto yang menyatakan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga yang semakin tinggi juga merupakan salah satu faktor yang memengaruhinya dalam mempertimbangkan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Sebagaimana minuman my boba cenderung dikenal dengan harga sedang sehingga mayoritas masyarakat yang menjadi konsumen cenderung lebih berhati-hati dalam memutuskan produk apa yang akan mereka beli. Semakin tinggi harga maka semakin tinggi pula kriteria mereka dalam memilih produk yang akan mereka beli. Hal ini didukung dengan temuan dilapangan yang sesuai dengan fenomena yang terjadi sebagaimana harga di era sekarang banyak dipengaruhi oleh adanya modernisasi dalam berbagai bidang sehingga mendorong mereka untuk melakukan penyesuaian dengan mengikuti perkembangan yang terjadi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin sedang atau tinggi harga minuman yang mau dibeli konsumen yang akan terpenuhi maka akan semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan.

# 2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Terhadap Minuman Boba di Kota Padangsidimpuan.

Dari hasil pengujian hipotesis yang menunjuk kan adanya pengaruh positif dan signifikam antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan sig>α maka disimpulkan bahwa Ho diterima danHa ditolak yang berarti koefisien Bootstraping kualitas produk adalah tidak teruji signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba. Cara lain untuk membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan tehadap keputusan pembelian Minuman Boba adalah dengan cara membandingkan antara t hitung dant tabel dengan atau menggunakan kurva pengujian. Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa thitung < tabel maka disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti koefisien regresi kualitas produk tidak teruji dan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba di Kota Padangsidimpuan.

Hasil penelitian ini menunjuk kan bahwa adanya hubungan positif tapi tidak signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian Minuman Boba. Hal tersebut berarti semakin besar kualitas produk maka keputusan pembelian Minuman Boba pada di Kota Padngsidimpuan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya

semakin kecil kualitas produk maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.

Penelitian ini bertolak dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagas Rifki Wicaksaono, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### G. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

- 1) Keterbatasan penelitian ini hanya membahas variabel Harga  $(X_1)$ , Kualitas Produk  $(X_2)$  dan variabel keputusan Pembelian (Y).
- 2) Dalam menyebarkan kuesioner ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan akan data yang akan disalah gunakan.
- 3) Peneliti tidak mampu mengontrol semua responden, apakah responden memang serius atau tidak dalam menjawab kuesioner.

#### BAB V

#### **KESIMPULAN**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- 1. Hasil uji pertama menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain bahwa semakin baik pemenuhan harga yang diberikan, maka akan semakin meningkat untuk melakukan pembelian masyarakat terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.
- 2. Hasil uji kedua menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini yang dijadikan tolak ukur adalah Kualitas Produk, dan desain produk. Akan tetapi indikator tersebut menunjukkan kualitas produk belum mampu mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat terhadap minuman my boba di Kota Padangsidimpuan.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan kepada pembelian minuman my boba adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan pnjualan minuman my boba agar bisa menjaga pemenuhan terhadap harg dan kualitas produk terhadap konsumen. Penjualan minuman

my boba diharapkan selalu melakukan riset terus-menerus untuk mengetahui trend serta agar bisa mengetahui perubahan harga dan kualitas produk dari konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian masyarakat terhadap miuman my boba di Kota Padangsidimpuan.

- 2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang ada pada minuman my boba belum mampu untuk dijadikan tolak ukur ketika hendak melakukan pembelian di gerai tersebut. Oleh Karen itu sebaiknya penjualan minuman my boba agar lebih memperhatikan kebutuhan dari konsumennya serta penjualan miuman my boba juga harus mampu bersaing dengan desain produk lainnya.
- 3. Diharapkan Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti Determinan Keputusan Pembelian masyarakat terhadap minuman my boba. Misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Kotler,Philip & Kevin Lane Keller,2018. *Manejemen Pemasaran, Edisi Tiga belas Jilid* 1 Diterjemahkan dari "Marketing Management" oleh Benyamin Molan Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- http://gbgindonesia.com, diakses pada tanggal 7 Desember 2022, pada jam 12.10 WIB.
- https://media.neliti.com, diakses pada tanggal 7 Desember 2022, pada jam 13.58 WIB
- Wawancara Dengan Bapak Baginda Hasibuan, tanggal 07 September 2022 di pasar Huristak, pukul: 10.00 WIB.
- Bahri, Syaiful. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS, Yogkarta: Penerbit ANDI.
- Indrasari, Meithiana.2019. PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. Surabaya: UNITOMO PRESS
- Johanes Djohan, Agustinus.2016. MANAJEMEN DAN STRATEGI PEMBELIAN. Malang: Media
  Nusa Creative
- Bheben, Oscar dan Hilman Cahya Megantara." Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army" *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* Vol. 10, No. 1, Maret 2020, ISSN: 2087-3077
- Departemen Agama RI, Al-Our'an dan Terjemahannya.
- Umi Nur Aisah, Siti.2020." Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam" dalam *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Anang Firmansyah, Muhammad .2018. *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Rosydi, Suherman .2011.Pengantar Teori Ekonomi.Jakarta:Rajawali.
- Tjiptono, Fandi. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV.
- Robert N. Anthony Vijay Govindarajan, Andi. 2012. *Management Control System*. Jakarta :Salemba Empat.
- Mursid, Manajemen Pemasaran. 2008. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Ibrahim, Yacob. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Siyoto, Sandu. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Medis Publishing.
- Tarjo, Metode Penelitian. 2019. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.

- Siregar, Syofian.2013. Metode Penelitian Kuantitatif di Lengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Jakarta: Kencana.
- Sudaryono.2016. Metode Penelitian Pendidikan. Jakarta: Kencana.
- Noor. Juliansyah.2013.*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Priyanto, Duwi .2014. SPSS 22 Pengolahan Data Praktis. Jakarta: Andi Offset.
- Imam, Ghozali dan Hengky Lattan. 2015. Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program dengan Smart PLS 3.0 Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponegoro.
- Solling Hamid, Rahmad dan Suhardi M Anwar.2019. Structural Equation Modeling (SEM)

  Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam

  Riset Bisnis. Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia.

#### **CURICULUM VITAE**

#### (Daftar Riwayat Hidup)

#### **DATA PRIBADI**

Nama : Sartika Yunda

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Paraman Ampalu, 12 Juli 1999

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Status : Belum Kawin

Pekerjaan : Mahasiswa

Anak Ke : Dua (2) dari 3 bersaudara

Alamat Lengkap : Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman

Barat

No.Hp : 082283891645

Moto Hidup : Berusaha, Bedoa dan Ikhtiar

#### **DATA ORANG TUA**

Nama Orang Tua:

Ayah : Soeharto

Ibu : Alm. Sunriani

Pekerjaan Orang Tua:

Ayah : Petani

Ibu : Ibu Rumah Tangga

## RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2006-2012 : SD Negeri 11 Gunung Tuleh

Tahun 2012-2015 : SMP Negeri 1 Gunung Tuleh

Tahun 2015-2018 : SMA Negeri 1 Gunung Tuleh

Tahun 2018-2022 : Program Sarjana (S1) Ilmu Ekonomi Universitas Islam

Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

#### LAMPIRAN PENELITIAN

#### LAMPIRAN 1. DAFTAR PERTANYAAN ANGKET

## A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Alamat :

Pekerjaan :

Pendidkan :

Bank yang digunakan:

Lama digunakan :

#### B. Petunjuk Pengisihaan

- 1. Berikut *cheklis* ( $\sqrt{}$ ) pada setiap jawaban anda
- 2. Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihaan jawapun, sebagai berikut:

a. SS : Sangat Setuju (5)

b. S : Setuju (4)

c. KS : Kurang Setuju (3)

d. TS : Tidak Setuju (2)

e. STS : Sangat Tidak Setuju (1)

#### **Daftar Pertanyaan:**

## 1. Harga $(X_1)$

210		ALTERNATIF JAWABAN						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS		
1	Harga Produk minuman my boba sesuai spesifikasinya.							
2	Harga Poduk minuman my boba sesuai dengan daya beli konsumen							
3	Harga produk minuman my boba bersaing dengan merek lain.							

4	My boba memberikan diskon untuk pembelian produk my boba apabila pesanan banyak			
5	Keunggulan yang dimiliki produk minuman my boba mendorong saya untuk membelinya.			

## 2. Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

		ALTERNATIF JAWABAN							
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS			
1	Minuman my boba adalah minuman yang memberikan pelayanan tanpa membeda-bedahkan konsumen.								
2	Minuman my boba memahami apa yang dibutuhkan konsumen.								
3	Menurut saya minuman my boba berbeda dengan minuman boba lainnya.								
4	Minuman produk yang di tawarkan oleh my boba memiliki nilai nilai islami								
5	Pihak karyawan minuman my boba memberikan pelayanan yang memuaskan kepda konsumen								

## 3. Keputusan Pembelian (Y)

	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN						
NO		SS	S	KS	TS	STS		
1	Produk minuman my boba sesuai dengan kebutuhan saya.							
2	Produk minuman my boba belum sesuai kebutuhan saya.							

3	Saya mencari minuman boba yang sesuai dengan			
	kebutuhan saya.			
	Saya mencari informasi			
4	tentang produk minuman			
	my boba			
	Saya mempertimbangkan			
5	sebelum memutuskan			
	untuk membeli produk			
	minuman my boba			

Padangsidimpuan, 05 Desember 2022 Responden

## TABULASI ANGKET

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	2	4	1	4	4	4
3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4
3	4	4	2	4	4	5	3	4	4	2
3	4	4	4	2	3	5	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
2	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4
3	3	4	4	4	4	5	4	2	4	4
3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
3	3	4	4	3	2	5	3	4	4	4
2	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3
4	4	4	3	2	1	4	3	3	4	3
4	4	4	3	2	1	4	4	4	4	3
3	3	2	2	4	4	3	3	5	5	2

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,375**	,175	,076	-,038	,546 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000	,114	,496	,731	,000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.2	Pearson Correlation	,375**	1	,089	,060	,048	,508 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000		,425	,587	,663	,000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.3	Pearson Correlation	,175	,089	1	,018	,073	,584**
	Sig. (2-tailed)	,114	,425		,871	,510	,000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.4	Pearson Correlation	,076	,060	,018	1	-,067	,425**
	Sig. (2-tailed)	,496	,587	,871		,550	,000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.5	Pearson Correlation	-,038	,048	,073	-,067	1	,340**
	Sig. (2-tailed)	,731	,663	,510	,550		,002
	N	83	83	83	83	83	83
Total_	Pearson Correlation	,546 <sup>**</sup>	,508**	,584**	,425**	,340**	1
X1	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	
	N	83	83	83	83	83	83

<sup>\*\*.</sup> Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<sup>\*.</sup> Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).