



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BELI KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN HOLAT
BINANGA PADANG LAWAS DITINJAU
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

MELISA WARNI HARAHAHAP

NIM: 18 402 00190

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKHALI HASANAHMADADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BELI KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN HOLAT
BINANGA PADANG LAWAS DITINJAU
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

MELISA WARNI HARAHAHAP

NIM: 18 402 00190

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN.198303172018012001

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

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

2023



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) Faximile (0634) 24022
Website uinsyahada.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. MELISA WARNI HARAHAHAP
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Januari 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. MELISA WARNI HARAHAHAP yang berjudul "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau dalam Perspektif Islam**". 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 Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP.198303172018012001

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Melisa Warni Harahap
NIM : 18 402 00190
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau dalam Perspektif Islam**

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

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

Padangsidempuan, 20 Januari 2023

:ng Menyatakan,

METERAI TEMPEL
02E53AKX030863434
Melisa Warni Harahap
NIM . 18 402 00190

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

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melisa Warni Harahap
NIM : 18 402 00190
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau dalam Perspektif Islam.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 20 Januari 2023

a yang menyatakan,



Melisa Warni Harahap
NIM. 18 402 00190



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, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : MELISA WARNI HARAHAP
NIM : 18 402 00190
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau dalam Perspektif Islam

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIDN. 2025057902

Sekretaris

Sry Lestari, M.E.I.
NIDN. 2005058902

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIDN. 2025057902

Sry Lestari, M.E.I.
NIDN. 2005058902

H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si
NIDN. 2007016301

Idris Saleh, M.E.
NIDN. 2009109301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa / 28 Maret 2023
Pukul : 09.00 WIB s/d 10.47 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 70 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli
Konsumen Pada Rumah Makan Holat Binanga
Padang Lawas Ditinjau Dalam Perspektif Islam**

NAMA : **Melisa Warni Harahap**

NIM : **18 402 00190**

Indeks Prestasi Kumulatif : **3.45**

Predikat : **Sangat Memuaskan**

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

Padangsidimpuan, 31 Juli 2023

Dekan,

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si

NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : MELISA WARNI HARAHAAP
NIM : 18 402 00190
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau Dalam Perspektif Islam.

Semakin banyaknya usaha rumah makan yang berdiri dengan menu yang sama dengan Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas yang mengakibatkan berkurangnya minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas. Oleh karena itu pihak rumah makan harus mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan terhadap minat beli konsumen. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Penelitian ini didukung oleh teori tentang adanya keterkaitan minat beli konsumen dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan memberikan peluang kepada konsumen untuk mendapatkan nilai produk yang sesuai dengan yang dibayar konsumen, sehingga pelanggan sangat ingin keberadaannya dihargai atau dilayani dengan sebaik mungkin. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan minat beli konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan keinginan konsumen. Sementara harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat menarik minat beli konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi dengan jumlah sampel 69 responden. Teknik analisis data dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji secara parsial (uji t) dan uji secara simultan (uji F).

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, tidak terdapat pengaruh kualitas produk pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau Dalam Perspektif Islam”**. Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag. selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr.

- Erawadi, M. Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Ibu Dr. Rukiah, SE, M. Si. Selaku Wakil Dekan II bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si. Selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
 3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Ibu Rini Hayati Lubis, M.P. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
 4. Ibu Windari, S.E., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti sendiri yang selalu memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
 5. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I. selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan

tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Ibu Rahmi Kholijah Harahap, selaku pemilik Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas serta seluruh pelanggan yang telah meluangkan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
8. Teristimewa saya ucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta Ayahanda (Mara Lembang Harahap) dan Ibunda tercinta (Nur Cahaya Siregar), yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, memberikan dukungan moral dan material, keikhlasan, kesabaran dan tidak lupa selalu memanjatkan doa-doa untuk kelancaran putra dan putrinya. Serta kepada Adik Perempuan tercinta (Tiomin Harahap), dan adik laki-laki tercinta (Rusli Harahap) yang selalu memberi motivasi dan dukungan kepada peneliti.
9. Teruntuk sahabat terbaik Warni, Afrika Siregar, Rini Asrida, Hamni Fadilah, Winni Silvia, Rabiah, dan Elsa Naria Tamara Harahap yang selalu membantu dan memberi masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas penelitiannya. Tidak lupa pula ucapan terimakasih untuk sahabat/teman seperjuangan dikos Warni, dan Afrika Siregar yang senantiasa ada dan sedia mendengar keluh kesah peneliti selama ini. Serta rekan-rekan Ekonomi

Syariah angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Januari 2023
Peneliti,

MELISA WARNI HARAHAHAP
NIM. 18 402 00190

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
	Fathah dan Wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambang nya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atauya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

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

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

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam 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 dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

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

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini hurufter sebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka

yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital 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 capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI UJIAN MUNAQOSYAH SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Defenisi Operasional Variabel.....	12
F. Tujuan Penelitian	14
G. Kegunaan Penelitian	14
H. Sistematika Pembahasan.....	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	17
1. Minat Beli Konsumen	17
a. Pengertian Minat Beli	17
b. Indikator Minat Beli.....	18
c. Aspek-aspek Minat Beli	19
2. Kualitas Pelayanan	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	19
b. Tujuan Pelayanan	21
c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	21
d. Indikator Kualitas Pelayanan	23
3. Kualitas Produk	25
a. Pengertian Kualitas Produk.....	25
b. Indikator Kualitas Produk	27
c. Tingkatan Kualitas Produk.....	29
4. Harga	30
a. Pengertian Harga.....	30
b. Harga dalam Perspektif Islam.....	32

c. Indikator Harga	33
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	34
B. Peneitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Fikir.....	38
D. Hipotesis Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Wawancara	47
2. Dokumentasi.....	48
3. Angket (kuesioner).....	48
4. Sumber data.....	49
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	50
F. Teknik Analisis Data	51
1. Uji Statistik Deskriptif.....	51
2. Uji Normalitas	51
3. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Multikolinearitas.....	52
b. Uji Heteriskedastisitas	54
4. Analisis Regresi Linear Berganda	55
5. Hipotesis	56
a. Uji Determinasi R^2	56
b. Uji Persial	57
c. Uji Simultan.....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas	59
B. Hasil Analisis Data.....	60
1. Hasil Uji Validitas	61
2. Hasil Uji Reliabilitas	63
3. Hasil Uji Analisis Data.....	65
4. Statistik Deskriptif.....	64
a. Hasil Uji Normalitas	66
5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
a. Hasil Uji Multikolinearitas	67
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	69
7. Hasil Uji Hipotesis	71
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	71

b. Hasil Uji Signifikansi Persial Uji t	71
c. Hasil Uji Simultan Uji F	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
D. Keterbatasan Penelitian	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Omset Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas	6
Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel.....	12
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III.1 Data Jumlah Penduduk Masyarakat.....	43
Tabel III.2 Data Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.....	44
Tabel III.3 Data Jumlah Kartu Keluarga dan Rata-rata Jumlah Keluarga	45
Tabel III.4 Kisi-kisi Kuesioner	49
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	62
Hasil IV.3 Hasil Uji Validitas Harga	62
Hasil IV.4 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen.....	63
Hasil IV.5 Hasil Uji Reliabilitas	64
Hasil IV.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	65
Hasil IV.7 Hasil Uji Normalitas.....	66
Hasil IV.8 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Hasil IV.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Hasil IV.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
Hasil IV.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
Hasil IV.12 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	72
Hasil IV.13 Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir.....39

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan situasi perekonomian yang berkembang begitu pesat, ditambah dengan dukungan teknologi yang semakin canggih, mengakibatkan arus persaingan antar usaha-usaha semakin ketat. Persaingan pada modern ini, merupakan kunci yang menentukan keberhasilan ataupun kegagalan suatu unit usaha, persaingan usaha yang ketat akan membentuk usaha-usaha berkembang. Persaingan akan memotivasi pemilik usaha atau perusahaan untuk menciptakan inovasi dan kreatifitas, guna menarik konsumen dan mempertahankan kelangsungan hidup usaha tersebut. Usaha yang mampu bertahan adalah usaha yang memiliki sistem perencanaan yang baik dalam mengelola usahanya.

Salah satu fenomena gaya hidup masyarakat adalah menikmati makanan diluar, seperti restoran, cafe atau rumah makan. Unikny lagi kebiasaan masyarakat Indonesia makan diluar rumah mencapai 11%. Angka tersebut bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata kebiasaan masyarakat global. *Head strategic partnership & Elliance* Permata Bank mengatakan, berdasarkan hasil riset Nielsen menunjukkan bahwa 11% masyarakat Indonesia bersantap atau jajan diluar rumah paling tidak 1 kali dalam 1 hari. Bandingkan dengan rata-rata kebiasaan makan diluar rumah secara global yang hanya di angka 9%.¹

¹<https://www.beritasatu.com> Diakses pada tanggal 24 Mei 2017. Pukul 23:17 WIB.

Publikasi Statistik Penyedia Makan Minum 2019 memuat data dan informasi mengenai kondisi usaha restoran/ rumah makan, *catering* dan usaha penyedia makan minum lainnya di Indonesia yang diperoleh dari hasil survei tahunan usaha penyedia makan minum berskala menengah besar. Survei ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Juli 2020 di seluruh Indonesia. Ditahun 2020, juga dilakukan survei usaha penyedia makan minum untuk skala mikro (kecil) yang dilakukan secara simpel. Data yang di sajikan meliputi jumlah usaha dan karakteristik usahanya, rata-rata jumlah pekerja per usaha, dan struktur pengeluaran serta pendapatan. Untuk usaha berskala mikro kecil hanya bisa disajikan data level nasional pada pendapatan dan penyaluran usaha. Berdasarkan hasil pendataan Usaha Mikro Kecil (UKM) dan Usaha Menengah Besar (UMB) di Indonesia berjumlah 26.422.000 yang tersebar kedalam 13 karegori usaha. Hasil pendataan usaha/ perusahaan baik untuk kategori Usaha Mikro Kecil (UKM) dan Usaha Menengah Besar (UMB) menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja di Indonesia berjumlah 78.673.000 orang yang sebagian besar masih terkonsentrasi di provinsi besar di Pulau Jawa yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur khususnya untuk sektor usaha perdagangan dan industri. Balas jasa dan upah kerja menunjukkan besarnya nilai yang dikeluarkan perusahaan sebagai imbal balik dari usaha yang telah dihasilkan oleh pekerja. Balas jasa yang dilakukan di Indonesia berjumlah 1.369.000 rupiah. Secara nasional, DKI Jakarta merupakan Provinsi

dengan total balas jasa terbesar yaitu sebesar 22% dari total nilai usaha balas jasa yang didata pada kegiatan SE2016 ini.²

Sesuai dengan fenomena yang terjadi perubahan *trend* gaya hidup masyarakat yang semakin banyak menghabiskan waktu makan diluar rumah, hal inilah yang ditangkap oleh para pengusaha sebagai peluang untuk mendirikan rumah makan. Dengan perubahan gaya hidup tersebut, mengakibatkan bisnis rumah makan ataupun restoran berkembang dengan pesat. Banyak alasan yang mendukung dan menjamurnya bisnis rumah makan yang pesat mulai dari terbatasnya waktu untuk mengolah makanan sendiri di rumah, menggunakan restoran atau rumah makan sebagai tempat beristirahat, rapat, sebagai tempat perayaan dan aktivitas-aktivitas lainnya.³

Rumah Makan Holat Binanga, Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas. Rumah Makan Holat Binanga memang memiliki bangunan yang tidak terlalu besar namun ramai dikunjungi pelanggannya. Rumah Makan Holat Binanga ini berada dipinggir Jalan Raya Lintas Sumatera. Sehingga mempermudah akses pelanggan.

Rumah Makan Holat Binanga ini bukanlah rumah makan yang besar dan mewah, namun rumah makan ini menawarkan makanan dengan rasa spesial pada masakannya. Contoh masakan khas Padang Lawas yaitu Holat yang menarik minat konsumen untuk mencoba dan mengulangi untuk membeli dan makan masakan itu. Pilihan menu yang terdapat pada Rumah

²<http://www.bps.go.id> Diakses pada tanggal 18 Agustus 2021.

³Salim Al Idrus, "*Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*" (Malang: Media Nusa Creative, 2019), hlm. 3.

Makan Holat Binanga, Padang Lawas memang beraneka ragam, namun yang menjadi menu utamanya yaitu gule holat.

Holat merupakan makanan khas Padang Lawas, yang cukup dikenal oleh suku mandailing karena cita rasanya yang lezat dan manfaatnya untuk kesehatan. Konon holat merupakan makanan yang dibuat secara khusus bagi para raja ditapanuli selatan. Jika dilihat sekilas holat seperti hidangan ikan bakar berkuah, tetapi rasa gurihnya sangat terasa apalagi karena ada bumbu utamanya, pembuatan holat menggunakan bahan-bahan khas yang ada di Sumantera Utara, antara lain kulit kayu tanaman balakka yang biasanya hanya terdapat di hutan kawasan Tapanuli Selatan dan ikan mas.

Melihat semakin banyaknya rumah makan yang berdiri di sekitar Rumah makan holat di Desa Binanga, yaitu terdapat 2 rumah makan lainnya, antara lain Rumah Makan Holat Aek Litta, dan Rumah Makan Holat Aby Hasibuan yang terletak di Desa Binanga, dengan menu yang sama maka semakin tinggi persaingan antar rumah makan. Maka dibutuhkan inovasi dan perencanaan yang disusun dengan sebaik-baiknya. Agar dapat mempertahankan pelanggannya. Memberikan sebuah kepercayaan terhadap konsumen sangat diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan perusahaan.

Menurut beberapa pelanggan rumah makan yang diwawancarai oleh peneliti, menu makanan yang tersedia di Rumah Makan Holat Binanga tersebut memiliki cita rasa yang enak, karena menu yang tersedia di Rumah

Makan Holat Binanga tersebut masih bebas dari bahan pengawet maupun penyedap rasa yang berlebihan.⁴

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap beberapa konsumen Rumah Makan Holat, ternyata lebih banyak memilih untuk membeli di rumah makan holat lainnya dari pada di Rumah Makan Holat Binanga.⁵ Tetapi kualitas produk di Rumah Makan Holat ini sudah bagus, dan harga holat juga setara dengan rumah makan holat lainnya. Namun masih banyak yang tidak membeli di Rumah Makan Holat Binanga, dan alasan konsumen tidak membeli di Rumah Makan Holat Binanga karena konsumen merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang ditawarkan atau dijual oleh rumah makan holat lainnya. Oleh karena itu keputusan minat beli pada Rumah Makan Holat Binanga masih kurang dikarenakan terdapat adanya rumah makan lain pada kawasan Rumah Makan Holat Binanga.

Terbukti dari hasil wawancara pada pemilik rumah makan bahwa adanya penurunan minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga dilihat dari omset penjualan perbulannya dan jumlah konsumen yang datang ke Rumah Makan Holat Binanga.

Adapun data omset pada Rumah Makan Holat Binanga, Kecamatan Barumun Tengah, Padang Lawas dapat dilihat pada tabel berikut:

⁴Khoiruman Pasaribu, Pelanggan Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, Wawancara 28 Matet 2022, pukul 13.30 WIB.

⁵Nur Cahaya, Dkk, Wawancara dengan Informan Pelanggan Rumah Makan Holat Binanga, 14 April 2022, pukul 15.28 WIB.

Tabel I.1
Jumlah Omset Rumah Makan Holat Binanga
dari bulan Januari-Maret 2022

Bulan	Jumlah Omset Penjualan Perbulan
Januari	Rp. 11.200.000
Februari	Rp. 8.400.000
Maret	Rp. 8.100.000

**Sumber: Wawancara dengan pemilik Rumah Makan Holat Binanga,
Ibu Rahmi Kholijah**

Berdasarkan data omset diatas menjelaskan tentang penjualan pada Rumah Makan Holat Binanga mengalami penurunan dari bulan Januari sampai dengan bulan Maret tahun 2022, terlihat pada penjualan pada bulan Januari Rp. 11.200.000 Februari Rp. 8.400.000 dan Maret Rp. 8.100.000 tabel tersebut dapat menyimpulkan bahwa penjualan yang dilakukan Rumah Makan Holat Binanga terjadi penurunan.⁶

Bauran pemasaran merupakan variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen untuk mencapai tujuan pasar. Bauran pemasaran ini dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Menurut Kotler Killer yang terdapat dalam buku Yohana Dian Puspita, Dkk, faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu harga, promosi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.⁷

⁶Rahmi Kholijah, Hasil Wawancara dengan Pemilik Rumah Makan Holat Binanga, tanggal 12 September 2022 Jam 13.22 WIB.

⁷Yohana Dian Puspita, Dkk, "Riset Populer Pemasaran" (Yogyakarta: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 31.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan adalah mejadi salah satu keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.⁸

Hubungan antara pelayanan dan minat beli pada dasarnya sangat terikat, karena pelayanan optimal dari produk yang ditawarkan akan memberikan dampak pada kehendak konsumen dalam menggunakan layanan dimasa yang akan datang, karena perilaku konsumen pada masa lalu yang dapat mempengaruhi minat beli seseorang secara langsung. Hal ini sama dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.⁹ Sedangkan kualitas produk juga dipandang penting oleh setiap perusahaan kecenderungan untuk bersikap sebelum menentukan keputusan pembelian. Minat beli adalah keinginan untuk memiliki hak terhadap suatu produk, minat beli akan timbul apabila mutu dan kualitas suatu produk memengaruhi.

⁸Chanda Eddy Thungsal dan Hotlan Siagian, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari," *Agora* Vol. 7, No. 1, 2019. hlm. 7.

⁹Yenni Arfah, "*Keputusan Pembelian Produk*" (Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm. 19.

Harga adalah suatu nilai tukar dari produk maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.¹⁰ Disamping kualitas produk, harga memiliki peran yang sangat penting terhadap minat beli konsumen untuk kembali membeli produk perusahaan tersebut, sehingga kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Maka harga memiliki hubungan yang sangat erat terhadap minat beli karena harga memiliki pengaruh yang signifikan yakni semakin menarik harganya maka semakin besar tingkat minat masyarakat.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.¹¹ Penelitian lain dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.¹²

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.¹³ Penelitian lain dengan hasil penelitian kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan

¹⁰Jimmy Hasoloan, "*Pengantar Ilmu Ekonomi*" (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 26.

¹¹Leni Marlina Dongoran, "Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot" (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021), hlm. 14.

¹²Debby Cyintia, Dkk, "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pembelian" (Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Vol. XI. No. 1. 2022), hlm. 8.

¹³A Anggoro Prasetyo, "Pengaruh Pelayan Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Padang Panjang" (Skripsi: Universitas Shanata Dharma Yogyakarta, 2019), hlm. 12.

terhadap pembelian. Artinya apabila kualitas produk semakin menurun maka akan menurunkan keputusan pembelian tetapi tidak signifikan.¹⁴

Kemudian pada hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.¹⁵ Penelitian lain dengan hasil penelitian bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁶

Pemilik Rumah Makan Holat Binanga mengatakan bahwa strategi yang dijalankan pada rumah makan holat binanga tersebut agar bisa bertahan ditengah-tengah perkembangan bisnis kuliner yang semakin meningkat adalah menjaga kualitas produk, cita rasa masakannya. Agar pelanggan merasa puas dan tidak berhenti berlangganan ke Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Dilihat dari perkembangan jaman sekarang ini, ternyata Rumah Makan Holat Binanga ini belum dapat mempertahankan usaha beserta pelanggannya, hal ini tentunya ditunjang dengan banyaknya pesaing serupa dengan menu yang sama. Serta kualitas pelayanan masih kurang yang dijalankan oleh Rumah Makan Holat Binanga dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Menurut beberapa hasil penelitian terdahulu serta landasan teori yang ada bisa dikatakan bahwa kepuasan konsumen akan sebuah restoran semata-

¹⁴Ferisa Hasna Nadiya & Susanti Ayiningsih, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian" (*Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus* Vol. 3. 2020), hlm. 7.

¹⁵Angga Katmanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Warung Angkringan Oye Desa Kurang Anom" (Skripsi Universitas Widya Darma Klaten, 2020), hlm. 13.

¹⁶Muzammil Ilmi Listighfaror, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream" (Skripsi: Universitas Wijaya Surabaya, 2019), hlm. 11.

mata bertumpu pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga namun juga pada proses dan lingkungan yang menyertainya. Oleh karena itu, pengelola restoran dirasakan perlu untuk memahami aspek-aspek pelayanan yang bisa membentuk kepuasan pelanggannya.

Sesuai dengan konsep produk, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, dan sifat terbaik bahwa organisasi harus mencurahkan tenaganya untuk melakukan perbaikan secara terus menerus, perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan dan memiliki konsumen yang setia cenderung mampu bertahan dalam kondisi perekonomian saat ini.¹⁷

Atas dasar uraian di atas, maka peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **”Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau dalam Perspektif Islam”**

B. Identifikasi Masalah

Pemasalahan merupakan esensi dari suatu penelitian. Melalui observasi awal objek yang akan diteliti dapat menjadi dasar penetapan sebuah judul penelitian. Maka melalui observasi yang peneliti lakukan pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas permasalahan yang muncul diantaranya sebagai berikut:

¹⁷Juita Elisapitri Pohan, “Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan” (Skripsi: Universitas Riau, 2019), hlm. 11.

1. Minat beli yang kurang karena banyaknya rumah makan yang berdiri disekitar rumah makan holat binanga dengan menu yang sama dilihat dari penurunan omset penjualan pada Rumah Makan Holat Binanga.
2. Kualitas pelayanan di Rumah Makan Holat Binanga kurang baik yang membuat masyarakat belum membeli di Rumah Makan Holat Binanga.
3. Kualitas produk di Rumah Makan Holat Binanga cukup baik tetapi masih banyak masyarakat yang belum membeli di Rumah Makan Holat Binanga.
4. Harga holat di Rumah Makan Holat Binanga setara dengan rumah makan lainnya tetapi masih banyak masyarakat yang belum membeli di Rumah Makan Holat Binanga.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti membatasi masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini yaitu hanya membahas mengenai “Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang muncul, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas?

3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas?

E. Defenisi Operasional Variabel

Variabel terikat sering disebut variabel keluaran, kriteria, akibat, dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat, yaitu variabel yang mempengaruhi suatu variabel atau menjadi hasil dari suatu variabel bebas.

Variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Minat Beli (Y)	Minat Beli yaitu perilaku konsumen yang muncul sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 5. Minat transaksional 6. Minat referensi 7. Minat preferensial 8. Minat eksploratif 	Interval
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi harapan pelanggan sebagai sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan 2. Kesederhanaan 3. Kepastian 4. Keadilan 5. Keamanan dan kenyamanan 6. Perilaku petugas pelayanan 	Interval
3.	Kualitas Produk	Kualitas Produk yaitu merupakan suatu	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	Interval

	(X2)	faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk, semakin baik kualitas tersebut, akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Ciri-ciri ataupun keistimewahan tambahan (<i>Features</i>) 3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Compormance to Spesification</i>) 4. Keandalan (<i>Reability</i>) 5. Daya tahan (<i>Durability</i>) 6. Estetika (<i>Esthetica</i>) 7. Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>) 8. Dimensi kemudahan perbaikan (<i>Servicebility</i>) 	
4.	Harga (X3)	Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barangay lain untuk mafaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 7. Terjangkau harga 8. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 9. Daya saing harga 10. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Interval

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Sebagai syarat bagi peneliti untuk melengkapi tugas-tugas dan syarat menjadi sarjana ekonomi islam, serta sebagai sarana untuk melatih diri dengan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh agar dapat memanfaatkan sebagai pembelajaran dan tambahan ilmu bagi peneliti.

2. Bagi Rumah Makan Holat Binanga

Dengan hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan tentang pelayanan, produk dan harga yang diberikan kepada konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan adanya diharapkan mampu menambah pengetahuan pembaca dan menjadi sarana bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitiannya dan mejadi sumber referensi.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan berisi tentang gambaran umum mengenai isi penelitian yang terdiri dari latar belakan masalah yang menguraikan tentang masalah dalam penelitian ini, masalah yang menguraikan seluruh aspek yang berhubungan dengan masalah dengan objek penelitian, identifikasi masalah yang mengidentifikasi permasalahan, defenisi operasinal variabel yang mendefenisikan variabel yang akan diteliti, batasan masalah yang membatasi ruang lingkup permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, kegunaan penelitian yang menjelaskan manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini.

Bab II Landasan teori yang relevan yang terkait dengan judul penelitian, Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, landasan teori yang berisi tentang kerangka teori yang menjelaskan tentang uraian-uraian tentang masing-masing variabel dari berbagai referensi yang berbeda, kemudian penelitian ini diperkuat oleh penelitian-penelitian terdahulu.

Bab III Metode penelitian membahas tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian dan subjek penelitian.

Bab IV Hasil penelitian, memaparkan data dari analisis data, yaitu gambaran umum mengenai objek penelitian Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, yang dilakukan peneliti serta pembahasan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh peneliti yang pembahasan yang merupakan hasil analisis peneliti terhadap permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian.

Bab V Penutup, bab ini terdiri dari kesimpulan saran yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Kesimpulan merupakan inti dari semua permasalahan yang diteliti. Saran adalah masukan yang berisikan pemikiran, hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat Beli Konsumen

c. Pengertian Minat

Menurut Sardiman, minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang diinginkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri, dari pengertian-pengertian Sardiman tersebut dapat kita peroleh bahwa minat itu adalah ciri-ciri atau arti sementara bahwa minat itu adalah situasi yang dihubungkan dengan keinginan atau kebutuhan dimana dapat kita simpulkan bahwa minat adalah keinginan atau kebutuhan.

Menurut Djamarah dan Slameto, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu dari luar diri, selanjutnya mereka juga mengatakan bahwa semakin kuat atau kuat hubungan tersebut, semakin besar minat. Dari pendapat diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa minat tersebut merupakan hubungan antara diri sendiri dan luar diri sendiri, dimana dalam bentuk atau wujud penerimaan.¹⁸

¹⁸Trygu, "Teori Motivasi Abraham H. Maslow Dan Hubungannya Dengan Minat Belajar Matematika Siswa" (Jakarta: Guepedia, 2021), hlm. 25.

Minat beli (*willingness to buy*) adalah salah satu komponen dari konsumen memberi keputusan pembelian dikegiatan konsumsi. Menurut Khotler dan Keller dalam minat beli adalah tindakan konsumen yang hadir sebagai tanggapan pada objek yang mengungkapkan hasrat konsumen untuk melangsungkan pembelian. Sedangkan menurut Mehta dalam jurnal, mengatakan bahwa minat beli didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merk (*brand*) atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen dalam melakukan suatu pembelian.

d. Indikator Minat Beli

Ferdinand mengemukakan indikator minat beli diidentifikasi terdiri atas:

- 1) Minat transaksional, yakni tendensi konsumen guna membeli suatu produk.
- 2) Minat referensi, yakni tendensi konsumen guna merujuk produk pada pihak lain.
- 3) Minat preferensial, yakni minat yang melukiskan perilaku konsumen yang mempunyai pilihan pokok pada produk, pilihan ini cuma bisa diganti jikalau terdapat kesalahan dengan preferensi produk.
- 4) Minat eksploratif, minat ini melukiskan perilaku konsumen yang senantiasa mencari informasi tentang produk yang diminati dan

menemukan informasi guna menunjang sifat positif dari produk tersebut.

Minat beli didapatkan dari proses pembelajaran dan proses berfikir yang mewujudkan persepsi. Minat beli timbul untuk menciptakan motivasi yang terus terekam.¹⁹

e. Aspek-aspek Minat Beli

Menurut Dewi dan Nuryati dalam buku Monograf Minat Beli menyatakan bahwa beberapa aspek-aspek dari minat beli antara lain:²⁰

- 1) Perhatian, adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).
- 2) Ketertarikan, perasaan tertari yang timbul karena adanya perhatian.
- 3) Keinginan, setelah konsumen merasa tertarik maka muncul keinginan untuk memiliki produk.
- 4) Keyakinan, setelah timbul perasaan yakin pada diri individu terhadap produk kemudian timbul tindakan untuk melakukan keputusan pembelian.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas diartikan sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang mampu memuaskan atau memenuhi kebutuhan

¹⁹Yosep Darius Purnama Ranga, Dkk, "*Minat Dan Keputusan Pembeian Tinjauan Melalui Persepsi Harga Dan Kualitas Produk*" (Jawa Barat: Cv. Adanu Abimata, 2022), hlm. 15.

²⁰Bobby Hartono dan Leni Indriyani, "*Minat Beli Di Market Place Shoope*" (Padangsidempuan: Pt Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm. 11.

pelanggan. Pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Menurut Djiptono kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah memiliki unsur-unsur sebagai berikut menurut Kasmir adalah sebagai berikut:²¹

- 1) Tersedianya karyawan yang baik
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga akhir
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat
- 5) Mampu berkomunikasi
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- 8) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan

²¹Mariati Rahman, "*Ilmu Administrasi*" (Makassar: CV Sah Media, 2017), hlm. 22.

Kualitas pelayanan menjadi sebuah keharusan yang harus diwujudkan perusahaan supaya mampu bertahan dan mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

b. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan adalah untuk mencegah pembelokan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelokan atau berpalingnya pelanggan disebabkan kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan perusahaan dalam melayani pelanggan.

Tujuan melayani prima dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya, dalam pelaksanaan pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dengan melampaui harapan konsumen dan harapan yang memiliki ciri khas kualitas.²²

c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja dan bisnis. Allah telah mengatur bahwa setiap orang atau organisasi perusahaan wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dari karyawan yang mengerti akan kebutuhan pelanggan.²³ Islam mengajarkan apabila ingin menawarkan atau memberikan hasil usaha, baik berupa barang ataupun

²²Nia Okta Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Arrum Usaha Mikro" (Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2018), hlm. 36.

²³Nia Okta Sari, 30-31.

jasa hendaknya meberikan pelayanan yang berkualitas, seperti yang dijelaskan dalam Al- Qur'an Surah Ali'Imrān ayat 159 yaitu:

Adapun ayat yang menjelaskan tentang pelayanan terdapat pada Q.S Ali'Imrān ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya".²⁴

Berdasarkan ayat yang ada diatas, Allah Swt memuji Nabi Muhammad karena sikapnya yang lemah lembut tidak lekas marah pada ummat-Nya. Yang tengah dituntut dan dididiknya iman mereka lebih sempurna. Namun demikian kesalahan beberapa orang yang meninggalkan tugasnya karena laba dan harta itu, namun Rasulullah

²⁴Kementrian Agama Republik Indonesia, "Al- Qur'anul Karim Dan Tajwid" (Surakarta: Ahmad Subkhan, Dkk, 2014), hlm. 71.

tidak marah-marah saja, melainkan dengan jiwa yang besar dipimpin. Dalam memberikan pelayanan harus memiliki etika yang baik.

Karena hanya dalam memberikan pelayanan yang memuaskan akan menarik simpatik konsumen dalam membeli produk-produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Perusahaan dituntut dalam setiap memberi pelayanan pada konsumen harus sesuai dengan harapan mereka, apabila perusahaan tidak mampu memberikan rasa aman kepada konsumen maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain, sehingga setiap karyawan yang ada dalam suatu perusahaan harus memiliki etika dan pengetahuan dalam memberikan pelayanan yang baik.

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Ada beberapa indikator pelayanan yang baik, yakni sebagai berikut:²⁵

1) Keterbukaan

Artinya, adanya informasi pelayanan, yang dapat berupa loket informasi yang dimiliki dan terpampang jelas, kotak saran, dan layanan pengaduan. Dilengkapi juga dengan petunjuk pelayanan. Dalam keterbukaan, mencakup upaya publikasi, artinya penyebaran informasi yang dilakukan melalui media atau bentuk penyuluhan tentang adanya pelayanan yang dimaksud.

²⁵Celina Tri Siwi Kristiyanti, "*Hukum Prlindungan Konsumen*" (Jakarta: Sinar Grafika Offcet, 2008), hlm. 125.

2) Kesederhanaan

Artinya mencakup prosedur pelayanan dan persyaratan pelayanan. Prosedur pelayanan meliputi peraturan yang jelas terhadap prosedur yang harus dilalui oleh masyarakat yang akan menggunakan pelayanan, yang dilengkapi dengan alur proses, adapun proses persyaratannya adalah administrasi yang jelas.

3) Kepastian

Artinya, ada terpampang dengan jelas waktu pelayanan, biaya pelayanan, dan petugas pelayanan. Kantor pelayanan harusnya mencantumkan jam kantor atau pelayanan untuk masyarakat, jadwal pelayanan dan pelaksanaan pelayanan. Untuk biaya pelayanan, pengaturan tarif dan penerapannya harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Adanya pengaturan tugas dan penunjukan petugas haruslah pasti dan sesuai dengan keahlian.

4) Keadilan

Artinya, tidak membedakan si kaya dengan si miskin, laki-laki atau perempuan, mereka dalam memberikan subjek pelayanan tidak diskriminatif.

5) Keamanan dan kenyamanan

Hasil produk pelayanan memenuhi kualitas teknis (aman) dan dilengkapi dengan jaminan purna pelayanan secara administrasi (pencatatan/dokumentasi, tagihan) maupun jaminan purna pelayanan secara teknis. Selain itu dilengkapi dengan sarana/

prasarana pelayanan (misalnya peralatannya ada) dan digunakan secara optimal. Penataan ruangan dan lingkungan kantor terasa fungsional, rapi, bersih, dan nyaman.

6) Perilaku petugas pelayanan

Pengabdian, keterampilan dan etika petugas. Artinya, seorang petugas haruslah tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan, termasuk disiplin dan kemampuan melaksanakan tugas, dari segi keramahan dan sopan santun juga perlu diperhatikan.²⁶

7) Keandalan (reliability)

Sistem terdiri seperangkat komponen yang saling terhubung. Jika salah satu komponen gagal seluruh sistem juga akan gagal.

8) Ketanggapan (responsiveness)

Keinginan para karyawan atau pegawai untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan itu dengan tanggap terhadap kebutuhan konsumen, cepat memperhatikan kebutuhan-kebutuhan konsumen.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.²⁷

²⁶Celina Tri Siwi Kristiyanti, 125-126.

²⁷Nana Herdianan Abdurrahan, "*Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*" (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2013), hlm. 344.

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit. Hal ini berarti fitur produk yang ditawarkan juga menentukan mutu yang nantinya mempengaruhi kepuasan konsumen. Produsen dikatakan telah menyampaikan mutu jika produk yang ditawarkannya sesuai atau melampaui ekspektasi pelanggan.²⁸

Kualitas produk juga merupakan tingkat kemampuan dari suatu produk dalam melaksanakan fungsinya. Kualitas produk ditentukan oleh daya tarik produk, spesifikasi, bahan-bahan, teknik pembuatan, dan keahlian dalam pembuatannya. Dalam menjamin kualitas produknya, setiap perusahaan harus mengadakan pengujian, dan pengawasan secara rutin dan terpadu.²⁹

Perhatian pada kualitas produk semakin meningkat selama beberapa tahun belakangan ini. Hal ini terjadi karena semakin lama kelihan konsumen semakin terpusat pada kualitas produk baik dari bahan ataupun pekerjaannya. Beberapa produk asing misalnya mobil Jepang, lebih digemari oleh para konsumen karena kualitas produknya semakin lama semakin meningkat, hal ini merupakan semakin meningkat kualitas produk itu merupakan keharusan dalam sebuah bisnis.

²⁸Ely Arinawati dan Badrus Suryadi, "*Penataan Produk*" (Pt Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021), hlm. 161.

²⁹Ely Arinawati dan Badrus Suryadi, 164.

Meskipun kualitas produk harus mutlak harus ada, dalam pelaksanaannya faktor ini merupakan ciri pembentuk citra produk yang paling sulit dijabarkan. Konsumen sering tidak sependapat tentang faktor-faktor apa yang sebenarnya membentuk kualitas sebuah produk, mulai dari sepotong daging sapi sampai ke suatu komposisi musik. Pertama, produk harus mampu mencapai kualitas yang sesuai dengan fungsi penggunaannya tidak perlu melebihi. Sesuai karena sebenarnya istilah baik dan buruk atau jelek untuk mengukur suatu produk kurang tepat, lebih tepat digunakan istilah benar dan salah atau sesuai atau tidak sesuai.³⁰

Dalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja, konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya, inilah yang disebut evaluasi alternatif pasca pembelian atau pasca konsumsi, proses ini bisa juga disebut sebagai proses evaluasi alternatif tahap kedua. Hasil dari pasca konsumsi kepuasan atau ketidak puasan terhadap konsumsi atau merk yang telah dilakukannya. Setelah mengonsumsi produk atau jasa, konsumsi akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang dikonsumsinya. Kepuasan ulang produk tersebut, sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.

³⁰Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah, "*Perilaku Konsumen*" (Yogyakarta, Cv Andi Offset, 2019), hlm. 189.

Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan ini didasarkan ciri utamanya, yaitu:³¹

- 1) Teknologi, kekuatan, atau daya tahan
- 2) Psikologi, cita rasa, atau status
- 3) Waktu kehandalan
- 4) Kontraktual, adanya jaminan
- 5) Dimensi kualitas produk

b. Indikator Kualitas Produk

Tjiptono mengemukakan indikator kualitas produk terdiri dari:

- 1) Mutu produk yakni kesesuaian penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.
- 2) Kinerja (*Performance*) yakni karakteristik operasi dan produk inti (*Core Produk*) yang dibeli.
- 3) Ciri-ciri ataupun keistimewahan tambahan (*Features*) yakni karakteristik pelengkap ataupun sekunder.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Compormance to Spesification*) yakni sejauh mana karakteristik rancangan maupun operasi memenuhi standar yang sebelumnya sudah ditentukan.
- 5) Keandalan (*Reability*) yakni kerusakan kemungkinan kecil dialami ataupun tidak berhasil digunakan.

³¹Ely Arinawati dan Badrus Surydi, 48.

- 6) Daya tahan (*Durability*) bersangkutan dengan seberapa lama produk bisa dipergunakan terus. Dimensi ini meliputi kehidupan teknis dan ekonomi zaman.
- 7) Estetika (*Esthetica*) yakni produk memiliki daya tarik pada panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) yakni persepsi pelanggan terhadap kualitas secara menyeluruh ataupun kelebihan dari produk. Biasanya dikarenakan pengetahuanyang kurang dari pembeli pada atribut ataupun karakteristik dari produk yang hendak dibeli, pembeli mempersepsikan produk kualitas aspek iklan,nama, merk, harga dan negara produsen, serta reputasi perusahaan.
- 9) Dimensi kemudahan perbaikan (*Servicebility*) termaktub kemudahan, kecepatan, memuaskan dalam penanganan keluhan. Layanan yang diberikan takterbatas Cuma sebelum penjualan, namun juga selama penjualan berproses guna layanan purna jual meliputi perbaikan dan ketersediaan komponen yang diperlukan.³²

c. Tingkatan Kualitas Produk

Kualitas suatu produk dibagi dalam 5 tingkatan kualitas produk, yaitu:³³

³²Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 25-26.

³³Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta Cv, 2015), hlm. 51.

- 1) Produk Utama/Inti (*core benefit*), yaitu jasa atau manfaat yang sesungguhnya yang dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- 2) Produk Generik, (generik produk), yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).
- 3) Produk Harapan (*expected produk*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal layak diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4) Produk Pelengkap (*augmented produk*), yaitu salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan pesaing.
- 5) Tingkat potensial (*potential produk*), bagaimana harapan masa depan produk tersebut apabila terjadi perkembangan dan perkembangan teknologi serta selera konsumen.

4. Harga

a. Pengertian Harga

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksudkan untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan

tergantung kepada harga yang ditetapkan perusahaan terhadap produknya.³⁴

Dalam pasar, harga sebuah produk biasanya dinyatakan dalam bentuk nilai uang. Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh produk. Penetapan harga merupakan salah satu strategi yang dilaksanakan oleh berbagai perusahaan dengan alasan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dan bersaing. Dalam suatu usaha penentuan harga merupakan suatu kewajiban yang besarnya harus disesuaikan dengan kemampuan target pasar yang telah ditentukan.

Bagi seorang penjual penentuan harga merupakan variabel yang sangat penting karena dalam bauran pemasaran harga adalah satu-satunya variabel yang menjadi pemasukan bagi perusahaan. Harga memiliki peran penting untuk memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli. Dalam pasar yang memiliki banyak pembeli dan penjual atau bisa disebut pasar persaingan sempurna. Harga yang berlaku adalah harga umum dipasar dimana penjual dan pembeli tidak memiliki pengaruh yang lebih kuat dari pada harga pasar tersebut.

Sedangkan dalam pasar persaingan tidak sempurna dimana penjual dan pembeli tidak begitu banyak, penjual mungkin dapat memasang harga yang berbeda untuk produk yang sama karena

³⁴Rozalinda, "*Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*" (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada), hlm. 153.

perusahaan biasanya sudah memiliki pelanggan yang ketergantungan terhadap produk mereka sehingga mereka dapat memasang harga yang cukup tinggi atau penjual ingin juga memasang harga yang relatif rendah untuk menarik pelanggan.

b. Harga dalam Perspektif Islam

Penetapan harga bukanlah persoalan yang mudah karena berpengaruh terhadap penjualan dan keuntungan. Dalam islam harga diatur secara adil sebagai mana firman Allah SWT dalam surat Hūd ayat 85 berikut ini:

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا
تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ

Artinya: "Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan".³⁵

Nabi Syu'aib tampak membayangkan suatu ekonomi, bahwa kenaikan harga yang tidak terkendali dan banyak sangkut pautnya dengan kecurangan timbangan. Diserukan supaya membuat takaran dan timbangan yang adil, yaitu sesuai dengan takaran yang telah ditentukan bersama. Sedangkan dalam ekonomi modern disimpulkan

³⁵Abdul Rahman, "Al-Qur'an Dan Terjemahan" (Bandung: Cv Penerbit Jumanatil Ali-Art, 2004), hlm. 231.

dalam spekulasi dan manipulasi atau menimbun barang keperluan, kebutuhan sehari-hari banyak menyebabkan banyak orang menderita.

Harga Holat dalam penelitian sudah sesuai dengan kualitas yang diterima, karena harga yang tidak terlalu mahal namun rasa masakan atau holatnya sudah termasuk dalam kategori enak dan sesuai dengan harga. Hal inilah yang membuat konsumen Rumah Makan Holat Binanga masih membeli holat di Rumah Makan Holat Binanga.

c. Indikator Harga

Indikator penentuan harga merupakan ukuran yang mencirikan keberhasilan penentuan harga. Indikator penentuan harga terdiri dari:

1) Harga sesuai kualitas

Dengan kualitas terbaik dan harga yang sesuai akan menghasilkan citra merek yang kuat sehingga akan meningkatkan penjualan produk.

2) Keterjangkauan harga

Dalam indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan dapat dijangkau oleh target pasar atau tidak. Dengan harga yang terjangkau oleh target pasar maka nantinya akan menjadi bahan pertimbangan target pasar untuk membeli produk yang dijual.

3) Kesesuaian harga dengan kualitas

Pada indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang sudah ditentukan sudah sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen.

4) Daya saing harga

Harga merupakan salah satu senjata dalam persaingan pasar. Konsumen saat ini sudah lebih konservatif dalam membeli produk. Konsumen akan membandingkan harga produk yang sejenis dengan berbagai merek. Maka dari itu, perusahaan harus mengukur apakah harga yang ditentukan terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan pesaing.

5) Kesesuaian harga dengan manfaat

Mirip halnya dengan kesesuaian harga dengan kualitas, produk juga harus memiliki hubungan yang berbanding lurus dengan manfaat. Ada indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan sudah sebanding dengan manfaat produk yang ditawarkan kepada konsumen.

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Bauran pemasaran merupakan variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen untuk mencapai tujuan pasar. Bauran pemasaran ini dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan. Menurut Kotler Keller faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen sebagai berikut:

1) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan adalah menjadi salah satu keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

2) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.

3) Harga

Dalam pasar, harga sebuah produk biasanya dinyatakan dalam bentuk nilai uang. Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh produk. Penetapan harga merupakan salah satu strategi yang dilaksanakan oleh berbagai perusahaan dengan alasan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dan bersaing.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian ini, yaitu:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Bushairy Muh dkk, (Jurnal) Universitas Singaperbangsa Karawang, 2021.	Faktor- faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada Restoran Mcdonald's dikabupaten karawang.	Komunikasi, kecepatan pelayanan dan lokasi restoran berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2.	Leni Marlina Dongoran, (skripsi). Iastitut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, 2021.	Determinan kepuasan pelangga rumah makan kantin ceria pasar sipiongot.	Harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Angga Katmanto, (Skripsi). Universitas Widya Darma Klaten, 2020.	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas warung angkringan oye Desa kurang anom.	Kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4.	Ferisa Hasna Nadiya & Susanti Ayiningsih, (Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus Vol. 3. 2020).	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second di Market place.	Kualitas Produk, Harga Dan Merk berpengaruh secara signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.
5.	A Anggoro Prasetyo P Shindly, (Skripsi). Universitas Shanata Dharma Yogyakarta, 2019.	Pengaruh harga, rasa dan pelayanan terhadap minat beli ulang. Pada konsumen warung rumah makan ayam mas yanto Yogyakarta.	Harga, rasa dan pelayanan secara simultan bepengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

6.	Muhammad Danu Widodo, (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. 2019.	Pengaruh pelayan dan lokasi terhadap minat beli pada rumah makan padang panjang.	Pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada rumah makan padang panjang.
7.	Shilvy Cahyani Putri, (Skripsi). Sekolah Tinggi Pariwisata Amta Yogyakarta, 2019.	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen Ametatti Café and Resto Yogyakarta.	Variabel atmosfer dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1. penelitian ini dengan penelitian Bushairy Muh dkk, terletak Persamaan pada variabel X2 pelayanan, sedangkan perbedaanya pada penelitian ini adalah objek penelitiannya pada Restoran Mcdonald's dikabupaten karawang.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Leni Marlina Dongoran, terletak pada variabel X1 pelayanan, dan X4 kualitas pelayanan, sedangkan perbedaanya pada penelitian ini adalah objek penelitiannya pada rumah makan kantin ceria pasar sipirok.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Angga Katmanto terletak pada variabel X1 pelayanan, dan X2 harga, sedangkan perbedaanya pada penelitian ini adalah objek penelitiannya pada warung angkringan oye desa kurang anom.

4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian A Anggoro Prasetyo P Shindly terletak pada variabel X1 harga, dan X3 pelayanan, sedangkan perbedaannya pada penelitian ini adalah objek penelitiannya pada warung rumah makan ayam mas yanto Yogyakarta.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Danu Widodo terletak pada variabel X1 yaitu pelayanan, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian Muhammad Danu Widodo, objek penelitiannya pada rumah makan padang panjang.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Shilvy Cahyani Putri terletak pada variabel X1 yaitu fasilitas pelayanan, sedangkan perbedaan penelitiannya terletak pada objek peneliti yaitu pada Ametatti Cafe and Resto Yogyakarta.

C. Kerangka Pikir

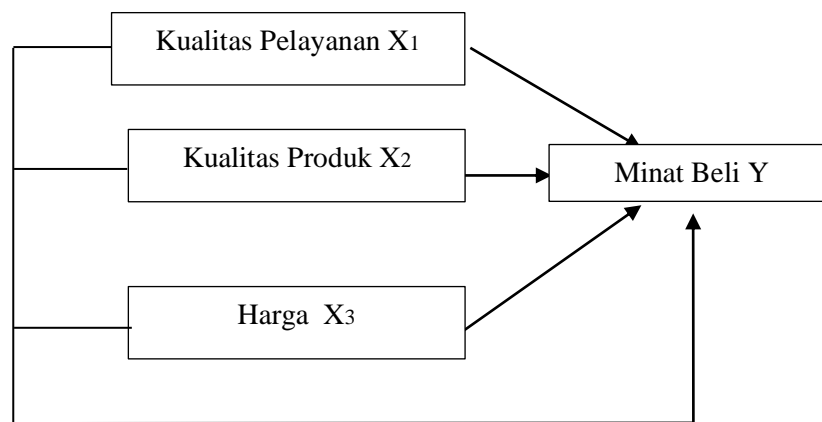
Dalam persaingan yang semakin tajam diantara para pelaku bisnis baik pembeli ataupun pelanggan, maka kepuasan merupakan menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja yang harus dilakukan perusahaan haruslah sesuai.

Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, agar pelanggan tidak merasa kecewa terhadap pemberian peran atau jasa dari perusahaan tersebut. Sebab pelayanan yang baik dapat berpengaruh pada *performansi* pemberi adalah orang-orang atau pemberi yang tidak tergantung pada sebuah produk, tetapi produk yang tergantung orang

tersebut, dengan model konseptual yang didasarkan tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut.

Dengan model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran teori dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II. 1
Kerangka Pikir




Keterangan:


X1: Kualitas pelayanan (variabel bebas)

X2: Kualitas produk (variabel bebas)

X3: Harga (variabel bebas)

Y : Minat beli (Viabel terikat)

 : Menjelaskan hubungan atau pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) secara keseluruhan atau secara simultan.

 : Menjelaskan hubungan atau pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau secara persial.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang penting kedudukannya dalam penelitian. Yang mana menurut para ahli Arikunto, hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap masalah, selanjutnya dijelaskan bahwa, pada umumnya hipotesis dirumuskan untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel, yakni variabel penyebab dan variabel akibat, dan ada yang menggambarkan satu variabel dan dua sampel.³⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti, kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sangat signifikan terhadap minat konsumen, dan dapat disimpulkan:

Ho1: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Ha1: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Ho2: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Ha2: Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Ho3: Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Ha3: Terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah

³⁶Muclish Ansori, Dkk, "*Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*" (Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR, 2009), hlm. 44.

Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Ho4: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Ha4: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

BAB III METODE PENELITIAN

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Holat Binanga, Desa Binanga, Kabupaten Padang Lawas, Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2022 sampai dengan Januari 2023.

4. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Secara umum, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang melibatkan sampel dalam jumlah besar. Apabila disederhanakan, maka penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Mementingkan kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitik beratkan pada data, yang penting merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan mendekati deduktif yaitu berangkat dari persoalan umum (teori) ke hal khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya.³⁷

³⁷Najamuddin dan Metusalach, "*Metode Penelitian*" (Yogyakarta: PT Nas Media Indonesia, 2018), hlm. 38.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekelompok objek yang menjadi masalah sasaran dalam penelitian.³⁸ Menurut Ismiyanto “populasi adalah keseluruhan subyek atau totalitas subyek penelitian yang dapat berupa: orang, benda, atau suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memperoleh informasi (data) penelitian.³⁹

Menurut Sugiono “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di wilayah Kecamatan Padang Lawas yakni termasuk pelanggan ataupun konsumen yang jumlahnya tidak dapat ditentukan (tidak dapat diketahui) karena jumlah konsumen berubah-ubah.

Tabel III.1
Jumlah Penduduk Masyarakat Kabupaten Padang Lawas Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2018-2020⁴¹

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa)								
	Laki-laki			Perempuan			Jumlah		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020

²Lusi Pangesti, “Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Menggunakan Minyak Kayu Putih” (Skripsi, 2018), hlm .50.

³Febri Endra, “*Pengantar Metodologi Penelitian*” (Yogyakarta: Jifatama Jawara, 2017), hlm. 98.

⁴Sugiyono, “*Metode Penelitian Administrasi*” (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 156.

⁵<http://padanglawaskab.bps.go.id> Diakses 24 September 2022.

Sosopan	5.036	5.755	-	5.522	5.634	-	11.158	11.389	10.389
Ulu Barumun	8.360	8.537	-	8.674	8.851	-	17.034	17.388	16.700
Barumun	26.339	26.897	-	27.157	27.710	-	53.596	54.607	53.200
Barumun Selatan	4.125	4.213	-	4.113	4.196	-	8.238	8.409	7.954
Lubuk Barumun	9.819	10.027	-	9.863	10.064	-	19.682	20.091	20.024
Sosa	19.350	19.760	-	19.237	19.629	-	38.587	39.389	38.858
Batang Lubu Sutam	7.309	7.464	-	7.255	7.404	-	14.564	14.866	12.838
Huta Raja Tinggi	24.730	25.253	-	23.345	23.821	-	48.075	49.074	43.605
Huristak	12.139	12.396	-	11.905	12.148	-	24.004	24.544	14.652
Barumun Tengah	10.988	11.220	-	11.063	11.288	-	22.051	2.508	20.454
Aek Nabara	6.437	6.537	-	6.590	6.725	-	13.027	13.298	13.107
Sihapas Barumun	2.764	20.821	-	2.795	2.855	-	5.855	5.676	5.685
Padang Lawas	137.966	140.916	-	137.519	140.323	-	275.151	281.239	261.011

Tabel III.2
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa) 2018-2020⁴²

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa)								
	Laki-laki			Perempuan			Jumlah		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
0-4	19169	19204	13592	18595	18610	13207	37764	37814	26799
5-9	17755	17985	14873	17198	17441	14157	34953	35426	29030
10-14	15861	16286	14280	15192	15611	13310	31053	31897	27590
15-19	12684	12919	13598	12379	12586	12702	25063	25505	26300
20-24	12310	12564	13185	11932	12119	12489	24242	24683	25674
25-29	10714	10933	11593	10534	10729	11471	21248	21662	23064
30-34	9620	9766	10939	9714	9817	10862	19334	19583	21801
35-39	8927	9091	8897	8914	9075	8644	17841	18166	17541
40-44	7427	7592	7918	7615	7799	7728	15042	15391	15646
45-49	6605	6792	6679	6741	6913	6679	13346	13705	13358
50-54	5275	5451	5234	5522	5701	5585	10797	11152	10819
55-59	4143	4301	4115	4533	4718	4461	8676	9019	8576

⁴²https://padanglawaskab.bps.go.id/indicator/12/75/1/jumlah_PendudukMenurutKelompokUmurdanJenisKelamin.html di Akses pada Juni 23, 2023, 3:30 pm.

60-64	3336	3539	2893	3786	4046	3365	7122	7585	6258
65-69	2123	2324	1912	2215	2399	2396	4338	4723	4308
70-74	1055	1125	1080	1315	1379	1453	2370	2504	2533
75+	992	1044	688	1334	1380	1026	2326	2424	1714

Tabel III.3
Jumlah Kartu Keluarga dan Rata-rata Anggota Keluarga
Menurut kecamatan di Kabupaten Padang Lawas⁴³

Kecamatan	Kartu Keluarga	Rata-rata Anggota Rumah Tangga
Sosopan	2.537	4.40
Ulu Barumun	3.759	4.53
Barumun	11.847	4.52
Barumun Selatan	1.844	4.37
Lubuk Barumun	4.597	4.28
Sosa	8.714	4.43
Batang Lubu Sutam	3.443	4.23
Huta Raja Tinggi	12.076	3.98
Huristak	5.364	4.48
Barumun Tengah	5.230	4.22
Aek Nabara Barumun	2.831	4.60
Sihapas Barumun	1.327	4.19
Padang Lawas	63.609	4.33

b. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian atau jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diperlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative. Dalam penelitian ini

⁴³Elly Suharyadi, Padang Lawas dalam Angka (Padang Lawas: BPS Kabupaten Padang Lawas, 2019), hlm. 64.

pengambilan sampel menggunakan tehnik *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang dengan orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴⁴

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang berkunjung ke Rumah makan Holat Binanga, Padang Lawas. Untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, maka digunakan rumus sampel tidak diketahui sesuai dengan pendapat Husein Umar berikut:⁴⁵

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel Minimal

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

P = Variasi populasi. Variasi populasi disini dinyatakan dalam bentuk proporsi, karena tidak ada data pendahuluan dari populasi, variasi popilasi diasumsikan heterogen (dengan proporsi 50:50). Jadi, $0,5 (1-p) = 0,5 \times 0,5 = 0,25$

e = Kesalahan batas tolelir, dalam penelitian ini sebesar 10% dengan

⁸Ismail Nurdin, Dkk, "*Metodologi Penelitian Sosial*" (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 95.

⁹Husein Umar, "*Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*" (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm 175.

menggunakan rumus diatas maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = Z^2 P(1-P) / e^2$$

$$n = (1,65)^2 (0,5) (1-0,5) / (0,1)^2$$

$$n = 69$$

Tabel III.4
Data Kelompok Umur Responden Rumah Makan Holat Binanga

Kelompok umur	Lk	Pr	Kecamatan	Jumlah
5-9	-	-	-	-
10-14	-	-	-	-
15-19	3	9	Barumun tengah	12
20-24	8	6	Barumun tengah	14
25-29	3	6	Barumun tengah	9
30-34	3	2	Barumun tengah	5
35-39	3	1	Barumun tengah	4
40-44	1	3	Barumun tengah	4
45-49	8	4	Barumun tengah	12
50-54	3	5	Barumun tengah	8
55-59	-	-	-	-
60-64	-	1	Huristak	1
65-69	-	-	-	-
70-74	-	-	-	-
75+	-	-	-	-
				69

Maka dapat disimpulkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 69 responden.

Dalam perumusan kriterianya, subjetivitas dan pengalaman peneliti sangat berperan karena peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel. Sampel yang diambil sesuai dengan karakteristik proposal yang diinginkan, siapapun responden

yang bersangkutan. Dimana dan kapan saja ditemui dijadikan elemen-elemen sampel penelitian.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses yang dilakukan untuk memperoleh informasi dari sumber data penelitian ataupun alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati.

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam pengumpulan data. Serta memperoleh keterangan dalam hal tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara berhadapan antara penanya dan pewawancara secara menjawab. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dan ingin mengetahui hal-hal dari responden.⁴⁶ Adapun maksudnya disini peneliti mewawancarai pemilik rumah makan holat yang terletak di Binanga Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan berupa data-data tertulis mengandung keterangan dan kejelasan serta tentang fenomena yang masih aktual yang sesuai dengan masalah penelitian. Menurut Luis

⁴⁶Fandi Rosi Sarwo Edi, "*Teori Wawancara Psikodiagnostik*" (Yogyakarta: Pt Leotika Nouvalitera 2016), hlm. 2.

¹¹Cosmas Gatot Haryono, "*Ragam Metode Penelitian Komutatif Komunikasi*" (Sukabumi: CV Jejak 2020), hlm. 90.

Gottschalk, dokumentasi atau dokumen seringkali digunakan oleh para ahli dan dua pengertian, yaitu pertama, yaitu sumber tertulis dari informasi sejarah sebagai kebalikan dari pada kesaksian lisan, artefak, peninggalan peninggalan tertulis, dan petilasan-petilasan arkeologis. Kedua kata dokumen sering dipergunakan untuk surat-surat resmi dan surat-surat negara seperti surat perjanjian, undang-undang hibah, konsesi dan lainnya. Studi dokumentasi merupakan analisis yang dilakukan dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau orang lain tentang subjek.⁴⁷

c. Angket (Kuesioner)

Pengumpulan data dengan teknik angket (kuesioner) dilakukan untuk pengumpulan data-data yang didapatkan dari lapangan. Teknik pengumpulan data dengan angket biasanya digunakan untuk jenis penelitian kuantitatif. Angket dipersiapkan dengan mengumpulkan instrumen berupa daftar pernyataan atau pertanyaan sesuai dengan indikator-indikator setiap variabel yang telah ditentukan, serta angket yang disebarkan harus sesuai dengan kriteria yang diberikan oleh peneliti. Dalam pengisian angket diharapkan responden yang diberikan instrumen tersebut bersedia memberikan respon/pernyataan, serta responden menjawab secara keseluruhan, sungguh-sungguh serta dengan ketelitian dalam mengisi setiap item pernyataan.⁴⁸

¹²Nizamuddin, Dkk, "*Metodologi Penelitian Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*" (Bengkalis: Dotplus Publisher, 2021), hlm. 159.

Tabel III.5
Skala pengukuran

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

Dengan menggunakan skala *likert* lima point, caranya dengan mendapatkan responden pada sejumlah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban atas tingkat pelaksanaan yang terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

d. Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari kegiatan studi lapangan dengan beberapa prosedur penelitian.⁴⁹ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui kuesioner tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga. Data primer ini merupakan data yang diperoleh langsung yang hasilnya masih memerlukan proses pengolahan data.

¹³Ute Lies, Dkk, "*Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer*" (Jawa Barat: Unpad Press, 2019), hlm. 318.

7. Uji validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument penelitian. Pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Penelitian ini dilakukan dengan taraf signifikan 0,1. Dimana nilai signifikan $< 0,1$ maka soal valid, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,1$ maka soal tidak valid. Berdasarkan nilai *pearson correlation* $> r_{tabel}$ maka soal valid, sebaliknya jika *person correlation* $< r_{tabel}$ maka nilai tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan masalah ketetapan hasil, konsep ini tidak akan sulit dimengerti apabila kita pahami pengertian konsep validitas. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya kemudian dilakukan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.⁵⁰ Dengan menggunakan formula *cronbach alpha*, dimana secara umum yang dianggap reabilitas apabila nilai *cronbach alpha* $> 0,6$.

⁵⁰Ina Magdalena, Dkk, "Desain Evaluasi Pembelajaran" (Sukabumi: Cv Jejak 2021), hlm. 44.

¹⁵Dwi Priyanto, "Pengolahan Data Terpraktis" (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2014), hlm. 56.

Formula yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrument dalam penelitian ini adalah koefisien Alfa (α) dari *cronbach alfa*.⁵¹

8. Teknik Analisis Data

a. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambar data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variable dependen dan variable independen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafis distribusi frekuensi atas skor yang ada. Mengingat kesederhanaan tersebut, maka penguji kenormalan data sangat tergantung dalam pengumpulan data dalam mencermati *plotting* data. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebaran data yang ditarik 100% normal (tidak normal, sempurna), kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah.⁵²

Untuk menghindari adanya kesalahan persepsi dari hasil membaca grafik, maka

¹⁶Dito Aditia Darma Naution, Dkk, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan*" (Yogyakarta: Uwais Inspirasi Indonesia 2019), hlm. 56

¹⁷Slamet Riyanto, "*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibiidang Manajemen, Teknik, Peendidikan Dan Eksperimen*" (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020), hlm. 137.

¹⁸Ce Gunawan, "*Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*" (Jakarta: Cv Budi Utama 2012), hlm. 123.

menambah uji statistic untuk uji normalitas. Uji nirmalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistic non parametrik *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut:⁵³

Ho: nilai sig > 0,1 maka data residual terdistribusi normal

Ha: nilai sig < 0,1 maka data residual tidak terdistribusi

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu adanya hubungan yang pasti antara variabel-variabel bebasnya.⁵⁴ Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat mempergunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Menurut Hair, jika nilai VIF<10, Multikolinearitas tidak terjadi.

Cara melihat ada tidaknya gejala multikolinearitas dengan melihat nilai (VIF) dan tolerance dengan ketentuan sebagai berikut: jika nilai VIF< 10 dan tolerance > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikoliearitas.⁵⁵

¹⁹Rochmad Aldy Pornomo, "Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss" (Ponorogo: Cv Wade Group, 2017), hlm. 159.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat penduga (prediksi). Adapun model regresi yang memenuhi persyaratan adalah yang dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai Signifikansi hasil kolerasi < 0.1 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Namun, apabila signifikan hasil kolerasi > 0.1 maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.⁵⁶

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah analisis yang memiliki variable lebih dari satu. Teknik regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

²⁰Rahma Roza, Dkk, "Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linear Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter" (Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020), hlm. 55.

Adapun regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), harga (X_3), terhadap minat beli konsumen (Y), bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (minat beli konsumen)

A : Koefisien konstanta

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi berganda

X_1, X_2, X_3 : Variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga)

E : *error* (tingkat kesalahan 10%)

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

$$MB: a + \beta_1 KP + \beta_2 KP + \beta_3 H + e$$

Keterangan:

KP : Kualitas pelayanan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi berganda

a : Konstanta

KP : Kualitas produk

H : Harga

e : Standar *error*

5. Uji Hipotesis

a. Uji Determinan (R^2)

Merupakan angka sejauh mana kesesuaian regresi tersebut dengan data koefisien determinan ganda (R^2) dapat mengetahui besarnya sumbangan atas kontribusi dari keseluruhan variabel X terhadap variabel Y. Sedangkan isinya dipengaruhi oleh variabel X yang dimasukkan dalam model. Model dianggap baik-baik saja jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu.⁵⁷

Apabila semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dinyatakan semakin baik, apabila nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat diartikan sebagai berikut: $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang berbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y, $R^2 = 1$, berarti ada hubungannya antara X dan Y atau model regresi yang berbentuk dapat untuk meramalkan Y secara sempurna.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Adapun pengujian ini menggunakan taraf signifikan 10%, dengan taraf kebebasan atau $df = (n-k-1)$.

Untuk mempermudah penelitian ini, data dianalisis menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini dilihat langsung pada hasil perhitungan

⁵⁷Setiawan Dwi Endah Kusriani, "Ekonometrika" (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 64.

koefisien regresi melalui SPSS versi 23 pada bagian *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard Error Estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t_{hitung} .⁵⁸

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikan lebih besar dari 0,1 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama dapat berpengaruh terhadap dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} . Penguji menggunakan taraf signifikan signifikansi 10%, dengan derajat kebebasan atau $df = (n-k-1)$ n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen.

Untuk mempermudah penelitian ini data analisis menggunakan SPSS versi 23, adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:

- a) Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing variabel

⁵⁸Nur Asnawi, "*Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*" (Malang: UIN Malang, 2009), hlm. 180.

independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b) Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas

1. Sejarah Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas

Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas awalnya didirikan oleh orang tua dari Rahmi Kholijah Harahap yaitu Abdullah Sani Akbar Harahap pada tahun 2014, namun setelah meninggal rumah makan itu dikelola oleh anaknya yaitu Rahmi Kholijah Harahap. Berdirinya rumah makan ini dikarenakan adanya pemikiran tentang memperbaiki faktor ekonomi keluarga, selain itu untuk tetap melestarikan makanan khas Padang Lawas yaitu holat. Rumah Makan Holat Binanga ini terletak di Desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara.⁵⁹

Rumah Makan Holat Binanga merupakan perusahaan keluarga yang sekarang dikelola oleh Rahmi Kholijah Harahap yang sudah berdiri sejak tahun 2014. Dengan memanfaatkan lahan yang ada Rahmi Kholijah Harahap kembali menata Rumah Makan Holat Binanga, dengan membuat rumah panggung.

Makanan yang ditawarkan di Rumah Makan Holat Binanga bisa dikonsumsi oleh semua umur seperti anak-anak, remaja, dewasa, serta lansia. Target Rumah Makan Holat Binanga adalah konsumen menengah

⁵⁹Rahmi Kholijah, Hasil Observasi dengan Pemilik Rumah Makan Holat Binanga, tanggal 9 September 2022 Jam 17.04 WIB.

keatas, karena dari segi harga yang ditawarkan sedikit mahal dibandingkan rumah makan lain yg menjual menu yang sama. Secara umum yang menjadi prioritas utama untuk konsumen menengah keatas ketika memilih rumah makan ini yaitu citarasa produk karena cita rasa merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk.

Rumah Makan Holat Binanga memiliki keunggulan yaitu cita rasa makanan holat yang lebih lezat dibandingkan rumah makan lain, dan memiliki menu unggulan lainnya seperti sup tulang kuat. Rumah Makan Holat Binanga menawarkan berbagai menu salah satunya menu khas Padang Lawas yaitu holat. Untuk menu special dirumah makan ini ada dua yaitu holat dan ikan mas bakar. Sedangkan untuk menu lainnya ikan laut goreng, ikan nila bakar, ikan nila goreng dan lain-lain. Selain itu Rumah Makan Holat Binanga juga memiliki tempat yang strategis dikarenakan dipinggir jalan raya Lintas Sumatera sehingga mudah untuk dijangkau oleh kendaraan.

Rumah Makan Holat Binanga tidak melakukan promosi melalui media cetak, maupun elektronik hanya menggunakan papan nama yang terletak dibagian depan rumah makan. Media promosi yang dilakukan hanya melalui *word of mouth* (komunikasi dari mulut ke mulut) promosi tersebut cukup efektif untuk mempengaruhi konsumen berkunjung ke Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Pemilik dan pegawai Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas berjumlah 7 orang. Setiap orang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Seluruh karyawan harus bertanggung jawab terhadap wewenang yang diberikan pemilik rumah makan. Adapun tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

a) Pemilik/Pengelola

- (1) Mengontrol setiap keadaan dan kebersihan di dalam lingkungan sekitar rumah makan.
- (2) Memberikan pengarahan kepada karyawan Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas
- (3) Mengontrol kegiatan rumah makan

b) Kasir

Menerima uang pembayaran

c) Pelayan

- (1) Melayani pesanan tamu
- (2) Mempersiapkan semua pesanan tamu
- (3) Menangani masalah tamu

d) Staff dapur

Mempersiapkan dan memasak pesanan tamu

B. Hasil Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami, untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi

berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SPSS 23 sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1) Hasil uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil uji validitas dari kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,468	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 69-2 = 67$ maka r_{tabel} pada tariff signifikan 10% = 0,1997	Valid
2	0,596		Valid
3	0,698		Valid
4	0,659		Valid
5	0,623		Valid
6	0,466		Valid
7	0,583		Valid
8	0,505		Valid
9	0,580		Valid
10	0,549		Valid
11	0,532		Valid
12	0,682		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan Uji validitas kualitas pelayanan pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 12 adalah valid. Kedua belas item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kedua belas item angket kualitas pelayanan dinyatakan valid.

2) Hasil uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Hasil uji validitas dari kualitas produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,572	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 69-2 = 67$ maka r_{tabel} pada tariff signifikan 10% = 0,1997	Valid
2	0,688		Valid
3	0,692		Valid
4	0,677		Valid
5	0,765		Valid
6	0,687		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan Uji validitas kualitas pelayanan pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas produk dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Keenam item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 67$ maka keenam item angket kualitas produk dinyatakan valid.

3) Hasil uji Validitas Harga (X3)

Hasil uji validitas dari harga dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Harga (X3)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,556	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 69-2 = 67$ maka r_{tabel} pada tariff signifikan 10% = 0,1997	Valid
2	0,656		Valid
3	0,720		Valid
4	0,745		Valid
5	0,801		Valid
6	0,677		Valid
7	0,787		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Uji validitas harga pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai harga dari pernyataan 1 sampai dengan

pernyataan 7 adalah valid. Ketujuh item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka ketujuh item angket harga dinyatakan valid.

4) Hasil uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

Hasil uji validitas dari minat beli konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,714	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 69-2 = 67$ maka r_{tabel} pada tariff signifikan 10% = 0,1997	Valid
2	0,697		Valid
3	0,731		Valid
4	0,715		Valid
5	0,761		Valid
6	0,610		Valid
7	0,423		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan Uji validitas minat beli konsumen pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai minat beli konsumen dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 7 adalah valid. Ketujuh item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka ketujuh item angket minat beli konsumen dinyatakan valid.

b. Hasil uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach s Alpha* dari masing-masing instrument dalam satu variabel jika memiliki nilai *Cronbach s Alpha* > 0,600 maka dapat dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Minat beli	.784	7
Kualitas pelayanan	.815	12
Kualitas produk	.769	6
Harga	.832	7

Sumber: Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach s alpha* $0,784 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli konsumen dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan nilai *cronbach alpha* $0,815 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Kualitas produk dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,769 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Kemudian untuk variabel harga dapat disimpulkan bahwa, harga dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,832 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Hasil uji Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti *maximum*, *minimum*, *mean* dan

standar deviation. Hasil uji analisis deskriptif yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.6
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	69	35	60	50.03	5.193
Kualitas Produk	69	15	30	25.07	2.740
Harga	69	20	35	29.19	3.586
Minat Beli	69	19	35	29.80	3.170
Valid N (listwise)	69				

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan hasil tabel IV.6 uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai *mean* 50,03 dengan nilai *minimum* 35 dan nilai *maximum* 60 serta *standard deviation* 5,193. Variabel kualitas produk dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai *mean* 25,07 dengan nilai *minimum* 15 dan nilai *maximum* 30 serta *standard deviation* 2,740. Variabel harga dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai *mean* 29,19 dengan nilai *minimum* 20 dan nilai *maximum* 35 serta *standard deviation* 3,586. Variabel minat beli konsumen dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai *mean* 29,80 dengan nilai *minimum* 19 dan nilai *maximum* 35 serta *standard deviation* 3,170.

b. Hasil uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68531345
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.071
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan tabel IV.7 nilai signifikansi (*asymp. Sig.2- tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

c. Hasil uji Asumsi Klasik

1) Hasil uji Multikoleniaritas

Hasil uji multikolinearitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.357	2.798
	Kualitas Produk	.378	2.645
	Harga	.370	2.701

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdarkan tabel IV.8 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan $2,798 < 10$), kualitas produk $2,645 < 10$ dan harga $2,701 < 10$ jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan adalah $0,357 > 0,1$, kualitas produk $0,378 > 0,1$ dan harga $0,370 > 0,1$ jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar 0,1 (*tolerance* $> 0,1$), berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

2) Hasil uji Heterokedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel IV.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations			
			Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Harga	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.723**	.771**	.108
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.378
		N	69	69	69	69
	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	.723**	1.000	.714**	.148
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.226
		N	69	69	69	69
	Harga	Correlation Coefficient	.771**	.714**	1.000	.114
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.351
		N	69	69	69	69
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.108	.148	.114	1.000
		Sig. (2-tailed)	.378	.226	.351	.
		N	69	69	69	69

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

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.9 dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,1 dimana kualitas pelayanan $0,378 > 0,1$, kualitas produk $0,226 > 0,1$ dan harga $0,351 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Hasil uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen. Selain itu analisis regresi linear juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Hasil uji analisis regresi linear berganda yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.10
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.985	3.376		3.847	.000
Kualitas Pelayanan	.226	.107	.370	2.106	.039
Kualitas Produk	.125	.198	.108	.632	.530
Harga	.081	.153	.092	.534	.595

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen. Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$MB = 12,985 + 0,225 KP + 0,125 KP + 0,081 H$$

Dari persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 12,985, menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga diasumsikan 0 maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas sebesar 12,985 satuan.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,225, artinya apabila tingkat kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,225 = 13,21$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.
 - 3) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif sebesar 0,125, artinya apabila tingkat kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,125 = 13,11$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.
 - 4) Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif sebesar 0,081, artinya apabila tingkat harga meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,081 = 13,066$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.
- e. Hasil uji Hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.531 ^a	.282	.249	2.747

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan tabel IV.11 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diatas diperoleh angka *R square* 0,249. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rumah Makan Holat Binanga sebesar 24,9% dan sisanya sebesar 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2) Hasil uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara individual dalam menjelaskan variasi dependen yaitu minat beli konsumen. Hasil uji parsial (Uji t) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.12
Hasil Output Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.985	3.376		3.847	.000
Kualitas Pelayanan	.226	.107	.370	2.106	.039

Kualitas Produk	.125	.198	.108	.632	.530
Harga	.081	.153	.092	.534	.595

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

a) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hasil uji diatas nilai t_{hitung} diperoleh 2,106 sehingga nilai t_{hitung} (2,106) > t_{tabel} (1,668). Maka H_{a1} diterima H_{o1} ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

b) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hasil uji diatas nilai t_{hitung} diperoleh 0,632 sehingga nilai t_{hitung} (0,632) < t_{tabel} (1,668). Maka H_{a2} ditolak H_{o2} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

c) Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hasil uji diatas nilai t_{hitung} diperoleh 0,534 sehingga nilai t_{hitung} (0,534) < t_{tabel} (1,668). Maka H_{a3} ditolak H_{o3} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

3) Hasil uji Simultan (Uji F)

Hasil uji parsial (Uji F) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.13
Uji Signifikan Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	192.818	3	64.273	8.520	.000 ^b
Residual	490.342	65	7.544		
Total	683.159	68			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Output SPSS 23(data diolah)

Nilai F_{tabel} untuk nilai signifikan 0,5 dengan *regression* $df_1 = k-1$ atau $3-1 = 2$ (k jumlah variabel) dan residual $df_2 = 69-3-1 = 65$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} adalah sebesar 2,39.

Hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 8,520 sehingga $F_{hitung} (8,520) > F_{tabel} (2,39)$ maka H_{a4} diterima H_{o4} ditolak, Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen, dari hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22, dimana data tersebut telah memenuhi syarat uji regresi linear berganda, maka diperoleh sebagai berikut:

$$MB = 12,985 + 0,225 KP + 0,125 KP + 0,081 H$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 12,985, menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga diasumsikan 0 maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas sebesar 12,985 satuan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,225, artinya apabila tingkat nilai kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,225 = 13,21$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif sebesar 0,125, artinya apabila tingkat nilai kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,125 = 13,11$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh kualitasnya, baik kualitas produk yang diperdagangkan maupun kualitas pelayanan yang disampaikan kepada konsumen. Dalam mencapai keberhasilan tersebut setiap usaha yang memasarkan produknya tidak dapat melepaskan diri dari proses dan kegiatan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang diterimanya dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan. Dari hasil uji hipotesis dengan uji-t maka diperoleh nilai T_{hitung} (2,1060) > T_{tabel} (1,668). Maka H_{o1} ditolak dan H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas. Secara teori kualitas pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang yang dilakukan secara langsung. Pelayanan merupakan unsur yang tidak bisa dilepaskan dari suatu produk, baik pelayanan sebagai produk inti (jasa murni) maupun pelayanan sebagai pelengkap. Selanjutnya disebutkan bahwa ada beberapa

faktor penentu kualitas pelayanan yaitu: faktor kesadaran, faktor utama, faktor kemampuan dan keterampilan, faktor sarana dan faktor organisasi.⁶⁰

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian sebelumnya oleh Bushairy Muh dengan judul Faktor- faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada Restoran Mcdonald's di Kabupaten Karawang.⁶¹ Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas. Rumah makan holat harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli konsumennya.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh kualitasnya, baik kualitas produk yang diperdagangkan maupun kualitas pelayanan yang disampaikan kepada pelanggan. Dalam mencapai keberhasilan tersebut setiap usaha yang memasarkan produknya tidak dapat melepaskan diri dari proses dan kegiatan pembelian pelanggan. Kualitas pelayanan dapat

⁶⁰Nashar, "*Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*" (Bandung: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 12–13.

⁶¹Bushairy Muh Dkk, "Faktor- faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada Restoran Mcdonald's dikabupaten karawang" (Skripsi: Universitas Singaperbangsa Karawang, 2021), hlm. 14.

diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang diterimanya dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan.

Hasil uji hipotesis (uji t) yang memiliki nilai $t_{hitung} (0,632) < t_{tabel} (1,668)$. Maka H_{a2} ditolak H_{o2} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas. Penelitian ini sama dengan penelitian Ferisa Hasna Nadiya dan Susanti Ayuningsih menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen.⁶² Kesimpulannya, tidak terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

Tabel di atas dapat dilihat nilai F_{hitung} , sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh dengan menggunakan tabel F, dengan df penyebut yaitu 65 dan df pembilang yaitu 3 dengan taraf signifikansi 0,05, sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,39.

Berdasarkan hasil tersebut karena $F_{hitung} (8,520) > F_{tabel} (2,39)$ maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima artinya, tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas. Harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang

⁶²Ferisa Hasna Nadiya & Susanti Ayiningsih, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian" (*Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus* Vol. 3. 2020), hlm. 7.

memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Kemudian harga yang sesuai dengan kualitas produk maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku pada harga yang rendah.

D. Keterbatasan Penelitian

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

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan minat beli konsumen sementara masih banyak lagi variabel lain yang dapat diteliti.
2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh.
3. Keterbatasan dalam menyebarkan angket dimana peneliti menyebarkan kepada konsumen Rumah Makan Holat Padang Lawas yang susah untuk dijumpai.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala

kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih sempurna lagi.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dikemukakan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

- 10) Hasil analisis regresi berganda diketahui nilai konstanta dalam persamaan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Nilai konstanta sebesar 12,985, menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga diasumsikan 0 maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas sebesar 12,985 satuan.
 - b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,225, artinya apabila tingkat nilai kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,225 = 13,21$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.
 - c) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif sebesar 0,125, artinya apabila tingkat nilai kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga

Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,125 = 13,11$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.

- d) Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif sebesar 0,081, artinya apabila tingkat harga meningkat sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas adalah meningkat dengan nilai $12,985 + 0,081 = 13,066$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.
- 11) Hasil angka Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,249. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen Rumah Makan Holat Binanga sebesar 24,9% dan sisanya sebesar 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
- 12) Berdasarkan hasil uji t nilai kualitas pelayanan diperoleh sebesar 2,106 sehingga nilai $t_{hitung} (2,106) > t_{tabel} (1,668)$. Maka H_{o1} ditolak dan H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.
- 13) Berdasarkan hasil uji t nilai kualitas produk diperoleh sebesar 0,632 sehingga nilai $t_{hitung} (0,632) < t_{tabel} (1,668)$. Maka H_{a2} ditolak H_{o2} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.
- 14) Berdasarkan hasil uji t nilai harga diperoleh sebesar 0,534 sehingga nilai $t_{hitung} (0,534) < t_{tabel} (1,668)$. Maka H_{a3} ditolak H_{o3}

diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

- 15) Berdasarkan uji F signifikansi simultan (Uji F) diperoleh sebesar 8,520 sehingga $F_{hitung} (8,520) > F_{tabel} (2,39)$ maka H_{a4} diterima H_{o4} ditolak, Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Pihak UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen, selain kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini seperti kualitas produk karena uji koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil uji yang sudah dilakukan hanya sebesar 28,2% Sisanya sebesar 0,718 atau (71,8%) dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Bagi Pihak Rumah Makan

Seharusnya pemilik rumah makan lebih memperhatikan tukang masak di Rumah Makan Holat Binanga tersebut. Seperti mengajarkan resep makanan yang dijual di Rumah Makan itu, agar ketika pemilik Rumah Makan sedang ada kegiatan lain, rasa masakan di Rumah Makan Holat Binanga tersebut tidak berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahan, Nana Herdianan. "*Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*". Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Aglis Andhita & Al Idrus, Slamet, Hatmawan,. "*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Peendidikan Dan Eksperimen.*" Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020.
- Al Idrus, Salim. "*Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian.*" Malang: Media Nusa Creative, 2019.
- Ansori, Muclish, Dkk. "*Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif.*" Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR, 2009.
- Arfah, Yenni. "*Keputusan Pembelian Produk.*" Padangsidempuan, 2022.
- Arinawati, Ely dan Suryadi, Badrus. "*Penataan Produk.*" Jakarta: Pt Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021.
- Asnawi, Nur & Masyuri. "*Metodologi Riset Manajemen Pemasaran.*" Malang: UIN Malang, 2009.
- Cahaya, Nur, Dkk. Wawancara dengan Informan Pelanggan Rumah Makan Holat Binanga, April 14, 2022.
- Cosmas Gatot Haryono. "*Ragam Metode Penelitian Komutatif Komunikasi.*" Sukabumi: CV Jejak, 2020.
- Cyintia, Debby, Dkk. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pembelian" *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* Vol. X1. No. 1 (2022): hlm, 8.
- Dongoran, Leni Marlina. "Determinan Kepuasan Pelangga Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot." 2021.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. "*Teori Wawancara Psikodiagnostik.*" Yogyakarta: Pt Leotika Nouvaliter, 2016.
- Endra, Febri. "*Pengantar Metodologi Penelitian.*" Yogyakarta: Jifatama Jawara, 2017.
- Gunawan, Ce. "*Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika.*" Jakarta: Cv Budi Utama, 2012.
- Hartono, Bobby dan Leni Indriyani. *Minat Beli Di Market Place Shoope.* Padangsidempuan: Pt Inovasi Pratama Internasional, 2022.

- Hasoloan, Jimmy. "*Pengantar Ilmu Ekonomi*." Yogyakarta, 2020.
- Hurriyati, Ratih. "*Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*." Bandung: Alfabeta Cv, 2015.
- Katmanto, Angga. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Warung Angkringan Oye Desa Kurang Anom." 2020.
- Kholijah, Rahmi, Hasil Wawancara dengan Pemilik Rumah Makan Holat Binanga, tanggal 12 September 2022 Jam 13.22 WIB.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. "*Hukum Perlindungan Konsumen*." Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.
- Lies, Ute, Dkk. "*Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer*." Jawa Barat: Unpad Press, 2019.
- Listighfaror, Muzammil Ilmi. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream." 2019.
- Magdalena, Ina, Dkk. "*Desain Evaluasi Pembelajaran*." Sukabumi: Cv Jejak, 2021.
- Nadiya, Ferisa Hasna & Ayiningsih, Susanti. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian" Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus Vol. 3 (2020): hlm, 7.
- Najamuddin dan Metusalach. "*Metode Penelitian*." Yogyakarta: PT Nas Media Indonesia, 2018.
- Nashar. "*Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*." Bandung: Duta Media Publishing, 2020.
- Nasution, Dito Aditia Darma, Dkk. "*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan*." Yogyakarta: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Nizamuddin, Dkk. "*Metodologi Penelitian Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*." Bengkalis: Dotplus Publisher, 2021.
- Nurdin, Ismail, Dkk. "*Metodologi Penelitian Sosial*." Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Pangesti, Lusi. "Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Menggunakan Minyak Kayu Putih." 2018.

- Pasaribu, Khoiruman. Wawancara dengan pelanggan Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas, Maret 28, 2022.
- Pohan, Juita Elisapitri. "Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan." 2019.
- Pornomo, Rochmad Aldy. "*Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss.*" Ponorogo: Cv Wade Group, 2017.
- Prasetyo, A Anggoro. "Pengaruh Pelayan Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Padang Panjang." 2019.
- Priyanto, Dwi. "*Pengolahan Data Terpraktis*" Yogyakarta: PT Andi Offset, 2014.
- Puspita, Yohana Dian, Dkk. "Riset Populer Pemasaran," 2021.
- Rahman, Abdul. "*Al-Qur'an Dan Terjemahan.*" Bandung: Cv Penerbit Jumanatul Ali 'Art, 2004.
- Rahman, Mariati. "*Ilmu Administrasi.*" Makassar: CV Sah Media, 2017.
- Rangga, Yosep Darius Purnama, Dkk. "*Minat Dan Keputusan Pembeian Tinjauan Melalui Persepsi Harga Dan Kualitas Produk.*" Jawa Barat: Cv. Adanu Abimata, 2022.
- Roza, Rahma, Dkk. "*Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linear Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter.*" Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Rozalinda. "*Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi.*" Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. "*Perilaku Konsumen.*" Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2019.
- Sari, Nia Okta. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Arrum Usaha Mikro." 2018.
- Subkhan, Ahmad, Dkk. Kementrian Agama Republik Indonesia. "*Al- Qur'anul Karim Dan Tajwid.*" Surakarta: 2014.
- Thungsal, Chanda Eddy dan Hotlan Siagian. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari" Agora Vol.7, No.1 (2019).

Trygu. *"Teori Motivasi Abraham H. Maslow Dan Hubungannya Dengan Minat Belajar Matematika Siswa."* Jakarta: Guepedia, 2021.

Umar, Husein. *"Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis."* Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Yusuf, Muhammad, Dkk. *"Analisis Data Penelitian Teori."* Bogor: Ipb Pres, 2018.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA PRIBADI

Nama : Melisa Warni Harahap
 Nim : 1840200190
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Tempat/Tanggal/Lahir : Desa P.P Makmur/14/Agustus/1999
 Alamat : Desa P.P Makmur Kec. Barumun
 Tengah Kab. Padang Lawas
 No Hp : 085213763946

B. BIODATA ORANG TUA

Ayah : Mara Lembang Harahap
 Pekerjaan : Petani
 Ibu : Nur Cahaya Siregar
 Pekerjaan : Petani
 Alamat : Desa P.P Makmur Kec. Barumun
 Tengah Kab. Padang Lawas

C. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2007-2012 : SD Negeri 0204 Pembangunan
 Tahun 2012-2015 : Madrasah Tsanawiyah Al-Furqon
 Aek Nabara Tonga Kec. Aek
 Nabara Barumun Kab.Padang
 Lawas
 Tahun 2016-2018 : Madrasah Aliyah Al- falah
 Aek Nabara Tonga Kec. Aek
 Nabara Barumun Kab.Padang
 Lawas
 Tahun 2018-2022 : Program Sarjana (Strata-1)
 Jurusan
 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi
 dan Bisnis Islam di UIN Syeikh Ali
 Hasan Ahmad Addary
 Padangsidempuan

Motto hidup

Perbanyak bersyukur, sabar, ikhlas dan kurangi mengeluh. Buka mata lebarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada saat sekarang ini bukan kemarin atau besok. Nikmati setiap momen hidup dan jalani prosesnya, ”berpetualanglah”.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ja'far Nasution, M.E.I

NIDN : 2004088205

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau dalam Perspektif Islam”.

Yang disusun oleh:

Nama : Melisa Warni Harahap

Nim : 18 402 00190

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 6)
- 7)
- 8)

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, November 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET MINAT MEMBELI KONSUMEN (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Minat Transaksional	1,2,3,4			
Minat Refrensial	5			
Minat Preferensial	6,7			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, November 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

LEMBAR VALIDASI
KUALITAS PELAYANAN (X₁)

Petunjuk:

9. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
10. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
11. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada na skah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
12. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Reliability (keandalan)	1,2,3			
Responsiveness (ketanggapan)	4,5			
Assurance (keyakinan)	6,7,8			
Empathy (kesungguhan)	9,10			
Tangibles (berwujud)	11,12			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, November 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

LEMBAR VALIDASI
KUALITAS PRODUK (X₂)

Petunjuk:

9. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
10. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
11. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
12. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Mutu produk	1,2,3,4,5,6			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, November 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

LEMBAR VALIDASI

HARGA (X₃)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Terjangkau Harga	1,2			
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	3,4			
Daya Saing Harga	5,6,7			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, November 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Melisa Warni Harahap

NIM : 18 402 00190

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

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau dalam Prespektif Islam”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Binanga, Padang Lawas, November 2022

Hormat Saya

Melisa Warni Harahap
Nim. 18 402 00190

ANGKET PENELITIAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN HOLAT BINANGA PADANG LAWAS

9. IDENTITAS RESPONDEN

- b. Nama :
- c. Usia :
- d. Jenis kelamin : Laki-Laki Perempuan
- e. Alamat :

10. PETUNJUK PENGISIAN

- f. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
- g. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
- h. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

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

- i. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
- j. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

Minat Membeli (Y)

Indikator	No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
Minat Transaksional	1	Saya tertarik untuk membeli karena memiliki menu makanan yang banyak untuk dipilih yang tersedia di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					
	2	Saya membeli kembali produk di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas karena Saya rasa produk yang Saya beli sesuai harapan					
	3	Saya melakukan pembayaran di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas dengan tunai/cash					
	4	Saya memilih produk di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas karena berkualitas baik					
Minat refrensial	5	Saya akan memberikan informasi kepada kerabat dekat terkait produk dan jasa yang ada di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					
Minat Preferensial	6	Saya memilih produk di Usaha Dagang Alat Tulis Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas yang sesuai dengan trend saat ini					
	7	Saya berminat memilih Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas dalam memenuhi kebutuhan Saya					

Kualitas Pelayanan (X₁)

Indikator	No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
Reliability (keandalan)	1	Ketepatan waktu buka dan tutup jam pelayanan					
	2	Prosedur pelayanan cepat dan tepat					
	3	Kecepatan, ketepatan dan pelayanan yang ramah					
Responsiveness (ketanggapan)	4	Kemampuan karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen					
	5	Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami konsumen					
Assurance (keyakinan)	6	Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen					
	7	Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan konsumen					
	8	Komunikasi efektif dengan konsumen					
Empathy (kesungguhan)	9	Memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani konsumen					
		Memberikan perhatian dan kesungguhan dalam melayani keluhan konsumen					
Tangibles (berwujud)	11	Kebersihan dan kerapian tempat makan					
	12	Kerapian, kebersihan dan penampilan karyawan					

Kualitas Produk (X₂)

Indikator	No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
Mutu produk	1	Rasa makanan dan minuman yang enak di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					
	2	Harga terjangkau di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					
	3	Besar porsi makanan di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					
	4	Jaminan makanan (halal, higienis dan aman) di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					
	5	Menu makan dan minuman bervariasi di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					
	6	Tampilan produk di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas					

Faktor Harga (X₃)

Indikator	No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
Harga sesuai kualitas	1	Harga makanan yang dimiliki Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas sesuai dengan kualitasnya					
	2	Harga makanan yang dimiliki Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas sebanding dengan Rasa makanannya					
Kemampuan Membeli	3	Harga makanan yang ditetapkan Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas terjangkau dan efisien					
	4	Harga makanan yang ditetapkan Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas sesuai dengan harapan konsumen					

Harga Makanan Sejenis	5	Harga makanan di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas yang bervariasi sesuai dengan tipenya					
	6	Harga makanan di Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas sesuai dengan pasaran yang ada.					
	7	Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas memberikan label harga disetiap produknya dengan baik					

Binanga, Padang Lawas,
Responden

November 2022

.....

DOKUMENTASI

Wawancara Bersama Ibuk Rahami Kholijah Selaku Pemilik Rumah Makan Holat
Binanga Padang Lawas



Pengisian angket oleh Holil Siregar selaku konsumen Rumah Makan Holat
Binanga Padang Lawas



Pengisian angket oleh Desi Sonya selaku konsumen Rumah Makan Holat
Binanga Padang Lawas



Pengisian angket oleh Firman Harahap selaku konsumen Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas



Pengisian angket oleh Tiomin Harahap selaku konsumen Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas



Pengisian angket oleh Andris Pohan selaku konsumen Rumah Makan Holat
Binanga Padang Lawas



Pengisian angket oleh Liza Suhana Na70 selaku konsumen Rumah Makan Holat
Binanga Padang Lawas



Pengisian angket oleh Syarifah Yanti Siregar selaku konsumen Rumah Makan
Holat Binanga Padang Lawas

