

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP
MINAT BELI MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO
TIMUR

Oleh

SITI NURJANAH

NPM : 14119504



JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H/ 2019 M

PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP MINAT BELI
MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO TIMUR

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Strata 1 Ekonomi Syariah

Oleh:

SITI NURJANAH

NPM : 14119504

Pembimbing I : Drs. H. M. Saleh, MA

Pembimbing II : Zumaroh M.E.Sy

Jurusan Ekonomi syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H/2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : **PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT 15A
IRINGMULYO METRO TIMUR**

Nama : Siti Nurjanah

NPM : 14119504

Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah kami setuju untuk dimunaqosahkan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 196501111993031001

Pembimbing II



Zumaroh M.E.Sy
NIP. 1979042220006042002

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk dimunaqosyah
Siti Nurjanah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Metro
Di_ Tempat.

Asslamualaikum. Wr. Wb

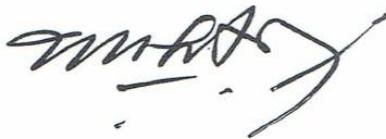
Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Proposal saudari:

Nama : Siti Nurjanah
NPM : 14119504
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO TIMUR**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.
Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 196501111993031001

Metro, Januari 2019
Pembimbing II



Zumaroh M.E.Sy
NIP. 1979042220006042002



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : 0302 / ln. 28.3 / D / PP.00.9 / 01 / 2019

Skripsi dengan Judul: PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO TIMUR, disusun Oleh: SITI NURJANAH, NPM: 14119504, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/15 Januari 2019.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Drs. H. M. Saleh, M.A

()

Penguji I : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

()

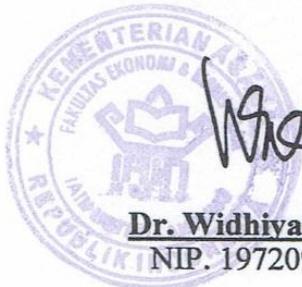
Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

()

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, S.H.I., M.S.I

()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO TIMUR

ABSTRAK

Oleh:

Siti Nurjannah

Kualitas masakan adalah keseluruhan ciri dan sifat dari masakan yang berpengaruh pada kemampuan memuaskan kebutuhan makan manusia. Kualitas masakan merupakan salah satu faktor yang bisa mempengaruhi minat beli masyarakat dalam memilih dan mengambil keputusan pembelian. Masakan yang ada di Indonesia sangat banyak dengan berbagai rasa, salah satu masakan yang ada di Indonesia adalah masakan padang. Makanan khas sumatera barat ini terkenal dengan rasa yang kaya akan bumbu rempahnya maka tidak heran jika masakan padang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia tidak terkecuali di 15A Iringmulyo Metro Timur Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas masakan (x) padang terhadap minat beli (y) masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur. Sampel dalam penelitian ini adalah 46 konsumen yang pernah membeli masakan padang di 15A Iringmulyo minimal 3 kali pembelian dalam sebulan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, analisis regresi linier sederhana dan korelasi produk moment dengan bantuan program SPSS 16,0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan masakan padang terhadap minat beli dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ dan t hitung lebih besar dari t tabel. T hitung sebesar 8,129 dan t tabel sebesar 1,682. Kemudian analisis terhadap hubungan antara kualitas masakan padang dan minat beli masyarakat 15A Iringmulyo dinyatakan dengan besarnya korelasi produk moment dengan keeratan hubungan sebesar 0,775 atau 77,5 %.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurjanah
NPM : 14119504
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro,
Yang Menyatakan



Siti Nurjanah
NPM. 14119504

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”.

(QS. Al-Baqarah: 168)

PERSEMBAHAN

Segala Puji syukur atas rahmat yang telah dianugerahkan Allah Subhanu wata'ala hingga satu tanggung jawab peneliti telah terlaksana. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Syariah (S.E), Skripsi ini peneliti persembahkan untuk orang-orang yang sangat luar biasa dalam hidup peneliti, yang telah memberikan motivasi dalam meraih setiap keadaan, mereka adalah:

1. Ayahanda tercinta Samin dan Ibu tercinta Sumiati selaku orang tua yang telah memberikan dorongan dan mendoakan keberhasilan peneliti.
2. Kakak Heni Suciati dan Saniati S.Pd.I dan Adik Alfian Nursodik yang memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur marilah kita panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak nikmat yang mana makhluk-Nya pun tidak akan menyadari begitu banyak nikmat yang telah didapatkan dari Allah SWT. Selain itu, peneliti juga merasa sangat bersyukur karena telah mendapatkan hidayah-Nya baik iman maupun islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar tanpa hambatan.

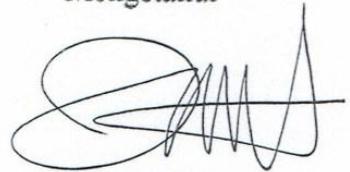
Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad Sallallohu ‘alaihi wasalam, seorang Nabi yang menjadi contoh dan panutan dalam segala aspek kehidupan. Semoga kita semua bisa selalu menjadikan contoh dan idola dalam kehidupan sehari-hari. Aamiin

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bimbingan dari berbagai pihak, baik bimbingan moril maupun materil. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof Dr, Hj, Enizar, M. Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Widiya Ninsiana M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Drs. H.M.Saleh, MA selaku pembimbing satu dan Ibu Zumaroh M.E.Sy selaku pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam mengarahkan dan memotivasi.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penulisan karya ilmiah selanjutnya, dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah

Metro, 10 Januari 2019
Mengetahui

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Siti Nurjannah

NPM. 14119504

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
F. Penelitian Relevan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Produk.....	11
1. Pengertian Kualitas Produk.....	11
2. Klasifikasi Produk.....	16
3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	17
4. Daur Hidup Produk	19

B. Minat Beli.....	21
1. Pengertian Minat	21
2. Tahapan Minat Beli.....	23
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian.....	24
C. Hipotesis Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	27
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	28
1. Variabel Penelitian	28
2. Definisi Operasional Penelitian.....	30
C. Populasi sampel dan pengambilan sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel.....	32
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Teknik Analisis Data	37
1. Uji Normalitas	38
2. Analisis Regresi linier Sederhana.....	38
3. Uji Korelasi Produk Moment	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	40
1. Sejarah Singkat Berdirinya 15A Iringmulyo Metro Timur.....	40
B. Pembahasan.....	43
1. Kualitas Masakan Padang Terhadap Penilaian Pelanggan.....	43
2. Minat Bali Masyarakat Terhadap Masakan Padang.....	46
3. Kualitas Masakan Padang menurut Pemilik Rumah Makan	47
C. Pengujian Hipotesis.....	49
1. Uji Normalitas	49
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	50
3. Uji Korelasi Produk Moment	52

D. Analisis Data	54
------------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	57
---------------------	----

B. Saran	57
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel. 1.1 Volume Penjualan Masakan Padang.....	5
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Umum dalam Koesioner.....	35
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Koesioner	45
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Penelitian.....	47
Tabel 4.3 Frekuensi Nilai Pembelian	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.5 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	53
Tabel 4.6 Hasil Korelasi Produk Moment.....	55
Tabel 4.7 Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	56
Gambar 3.1 Variabel X dan Y.....	31
Gambar 4.1 Stuktur Kelurahan 15A Iringmulyo.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Pra Survey
2. Surat Izin Research
3. Alat Pengumpul Data
4. Kartu Konsultasi
5. Dokumentasi
6. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan. Dalam menikmati makanan itu setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih restoran atau rumah makan yang mahal dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di restoran atau rumah makan yang mewah itu.

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha tata boga yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Apabila kita mencermati pertumbuhan bisnis rumah makan baik di kota-kota besar maupun di desa, sungguh sangat signifikan kenaikan jumlahnya, begitu banyak orang membuka investasi rumah makan. Berbagai variasi menu yang ditawarkan, aneka ragam *interior design* yang ditampilkan, hal ini yang sangat membanggakan perkembangan bisnis ini. Persaingan bisnis rumah makan yang semakin banyak menuntut para pembisnis menciptakan dan mempertahankan kualitas produk makanan yang mereka tawarkan.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan sifat dari produk dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang yang bisa mempengaruhi konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler, “kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat”.¹Peningkatan kualitas pada semua fungsi bisnis yang optimal adalah apabila dihubungkan dan dipandu oleh persepsi konsumen tentang kualitas dan kebutuhan konsumen.²

Minat beli merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap produk tersebut, kemudian minat individu menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang menyakinkan bahwa produk tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki atau menggunakan produk tersebut.³

Penjelasan diatas menegaskan bahwa kualitas produk merupakan sebuah nilai yang dimiliki oleh suatu produk yang mana nilai tersebut disampaikan kepada konsumen secara tersirat dan dapat memberikan kepuasan dan minat beli untuk konsumen atau masyarakat.

¹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Management Pemasaran edisi 12*, diterjemahkan oleh Benyamin Mola, dari judul asli *Marketing Management*, (Indonesia: PT Macana Jaya Gemilang, 2009), h. 49

²Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), h. 168

³Donni Juni Priansah, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 163

Tujuannya agar terjadi transaksi jangka panjang dan itu bisa terjadi apabila kita bisa menciptakan minat beli, kepuasan, dan loyalitas dari konsumen. Dengan cara antara lain:

1. Brand atau Merk, beri nama yang bercitra dan mudah diingat.
2. Keistimewaan, tunjukkan secara rinci keistimewaan produk yang akan ditawarkan memiliki daya tarik religious (tidak haram).
3. Jujur, jika produknya cacat tunjukkan dan jelaskan cacatnya kepada konsumen atau sudah kadaluarsa jangan dipajang lagi.
4. Manfaat, tunjukkan kepada konsumen manfaat utama produk (tetapi tidak perlu bersumpah).
5. Kemasan, buat kemasan yang menarik dan dapat melindungi produk.
6. Pelayanan, lakukan dengan baik, ramah dan santun dan jangan pelit dengan sapa, senyum, dan ucapan terima kasih serta tidak gengsi bila keliru segera minta maaf.⁴

Rumah makan yang sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat adalah rumah makan Padang, karena hampir disemua kota dan desa sudah ada rumah makan Padang. Tidak terkecuali di 15A Iringmulyo Metro Timur, Kota Metro Lampung. Istilah rumah makan Padang sering digunakan untuk merujuk tradisi kuliner seluruh masyarakat minang kabau sumatra barat. Masakan Padang terkenal dengan rasa yang kaya dari santan sukulen dan cabai pedas. Masakan Padang mempunyai berbagai jenis masakan seperti rendang, sayur nangka kapau, teri terong sambel hijau,

⁴Ali Hasan, *Menejemen Bisnis*, h.168

asam padeh, ayam pop, kalio, balado, perkedel kentang, telur dadar, daun singkong dan masih banyak lainnya. Masakan ini juga memiliki khas sayur daun singkong rebus dan gulai nangka. Salah satu kuliner khas masakan padang yang sangat terkenal adalah rendang, rendang terdiri dari dua macam yakni rendang kering dan rendang kaleo atau rendang basah. Masakan padang identik dengan sajian lengkap dengan nasi hangat yang cocok dinikmati di berbagai waktu.

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan terhadap rumah makan padang 15A Iringmulyo terdapat lima rumah makan padang.⁵ Yaitu Rajawali, Telogo Biru, Pusako Minang, Ampera, dan Ganti Selero. Kelima rumah makan tersebut menyediakan tidak hanya menyediakan masakan padang saja, namun juga menyediakan masakan jawa seperti kering tempe dan tumis. Masyarakat dapat dengan bebas memilih dan membeli masakan padang di salah satu rumah makan padang di 15A Iringmulyo Metro Timur. Selanjutnya peneliti berikan gambaran tentang peminat dan pendapatan setiap rumah makan dua bulan terakhir yaitu bulan juli dan bulang agustus tahun 2018, diharapkan dapat memberi gambaran tentang pendapat mengenai minat beli masyarakat terhadap kualitas masakan padang.

⁵Wawancara dengan Ibu Eka selaku Staff Kecamatan Metro Timur, Rabu 17 Januari 2018, pkl 10.33 WIB

Volume penjualan bulan juli-agustus 2018⁶

No	Nama RM	Bulan	Volume Penjualan	Pembeli/bulan
1	Rajawali	Juli	37.000,000,-/bulan	650
		Agustus	40.000,000,-/bulan	700
2	Telogo Biru	Juli	15.000,000,-/bulan	400
		Agustus	20.000,000,-/bulan	500
3	Pusako Minang	Juli	15.000,000,-/bulan	400
		Agustus	12.000,000,-/bulan	350
4	Ganti Selero	Juli	30.000,000,-/bulan	550
		Agustus	30.000,000,-/bulan	550
5	Ampera	Juli	15.000,000,-/bulan	400
		Agustus	20.000,000,-/bulan	500

Tabel 1.1

Dari tabel diatas terlihat bahwa volume penjualan setiap rumah makan berbeda-beda. Dari bulan Juli sampai bulan Agustus RM Rajawali, dan RM Ampera mengalami volume peningkatan. RM Ganti Selero mengalami volume stabil sedangkan RM Telogo Biru dan RM Pusako Minang mengalami volume penurunan. Terjadinya volume penurunan disebabkan oleh *total customer cost* lebih besar dibandingkan *total customer value* atau harga yang ditawarkan terlalu tinggi dan kualitas masakan biasa saja serta menggunakan bahan campuran yang kurang baik untuk kesehatan.

Produk yang memiliki kualitas lebih baik akan memberikan *total customer value* yang lebih baik. Secara sederhana *total customer value* didefinisikan sebagai semua manfaat atau kualitas yang diperoleh oleh

⁶ Wawancara dengan Pemilik Rumah Makan Padang 15A Iringmulyo , 26 September 2018

konsumen relatif terhadap pengorbanannya. Sedangkan *total customer cost* adalah total dari semua pengorbanan yang dikeluarkan konsumen.

Produk yang berkualitas akan menarik minat beli masyarakat. Minat beli merupakan masalah yang sangat kompleks, namun harus tetap menjadi perhatian pemasar. Minat untuk membeli dapat muncul sebagai akibat adanya rangsangan (stimulus) yang ditawarkan masing-masing stimulus tersebut dirancang untuk menghasilkan tindakan pembelian, terdapat tiga motif utama yang mendorong sikap dan perilaku pembelian, yaitu *primary buying motive* ialah motif untuk membeli sebenarnya, *selective buying motive* ialah pemilihan terhadap barang berdasarkan seleksi yang dilakukan, *emotional buying motive* atau *impulse* ialah dorongan seketika untuk mengkonsumsi produk.⁷

Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk membahas minat beli masyarakat pada kualitas produk masakan padang dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Masakan Padang Terhadap Minat Beli Masyarakat 15a Iringmulyo Metro Timur”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Kualitas masakan padang biasa namun harga yang ditawarkan melebihi harga pasar.

⁷ Donni Juni Priansah, *Perilaku Konsumen*, h. 162

2. Kurangnya pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan seperti ramah dan senyum.
3. Banyaknya pesaing bisnis rumah makan dan restoran lainnya di sekitar 15A Iringmulyo Metro Timur.
4. Pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembahasan peneliti fokuskan pada pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berisi pertanyaan yang akan di jawab dalam penelitian dan alasan diajukan pertanyaan.⁸ Dari uraian latar belakang masalah di atas, peneliti dapat merumuskan yaitu adakah pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo.

⁸Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M), Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (Metro: STAIN, 2013), H.27

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

1). Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya tentang kualitas produk.

2). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai minat beli masyarakat.

b. Kegunaan Praktisi (Rumah Makan Padang)

1. Sebagai bahan pertimbangan rumah makan dalam memberikan dan menjaga kualitas produk untuk mempertahankan minat beli masyarakat.

2. Sebagai informasi untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi minat beli masyarakat di rumah makan padang

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memperkuat hasil penelitian dengan penelitian yang telah ada dalam tugas akhir, skripsi, dan tesis. Penelitian relevan ini bertujuan dalam menyusun kerangka maupun dalam kegiatan analisis yang lain dan pembandingan dari kesimpulan sebagai peneliti. Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang

persoalan yang akan dikaji.⁹ Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya, diantaranya:

Penelitian Hetty Sri Wardani yang berjudul “*Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang*” hasil penelitiannya menyatakan bahwa variable kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen *Beutique* Tlogosar Semarang, dibuktikan dengan hasil analisis data pada tabel uji koefesien determinasi.¹⁰ Dalam penelitan ini yang menjadi persamaan adalah sama-sama meneliti tentang kualitas dan minat beli sedangkan perbedaannya ialah sudut pandang dan fokus yang berbeda yaitu antara kualitas produk dan harga dengan kualitas masakan.

Penelitian Eviana Herlin Saputri yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Pengguna Tas Elizabeth di Semarang)*” dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan citra merek terhadap kepuasan yang berdampak pada loyalitas. Analisis yang digunakan ialah *Structural Equation Modeling* (SEM). Penelitian ini menggunakan 200 responden sebagai sampel penelitian dengan

⁹Pedoman Penulisan Skripsi Karya Tulis Ilmiah Edisi Revisi (Metro : IAIN Jurai Siwo Metro, 2011) h. 27

¹⁰Hetty Sri Wrdan, *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang*, (Semarang: UIN Walisongo, 2015).

menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas pruduk, harga, promosi dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsemen sedangkan citra merek dan kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas konsumen.¹¹

Penelitian Eviana terfokus pada kualitas produk, harga, promosi, dan citra merk, dimana kualitas yang diteliti berbentuk barang yaitu tas. Walaupun demikian terdapat kesamaan dengan penilitan yang akan diteliti yaitu sama-sama membahas tetang kualitas produk dan *purposive sampling* yang digunakan. Perbedaannya terletak pada fokus tujuannya.

Penelitian Thomi Marisnan Hidayat dalam Skripsi “ *Pengaruh Keputusan Memilih Produk Imitasi Jenis Fashion terhadap Daya Beli Konsumen (Studi pada konsumen Pasar Way Jepara Lampung Timur)*”. Dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh keputusan memilih produk imitasi jenis fashion terhadap daya beli konsumen. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif metode ini menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat. Data yang digunakan adalah data primer, sekunder dan tersier. Penelitian ini menggunakan 10 pembeli sebagai sumber utamanya. Hasil penelitian pengaruh keputusan konsumen memilih produk imitasi jenis fashion terhadap daya beli konsumen karena faktor merk yang menjadi faktor

¹¹Eviana Herlin Saputri “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Pengguna Tas Elizabeth di Semarang)*”, (Semarang: UDINUS, 2017).

utamanya, selain itu produk imitasi ternyata memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan produk asli.¹²

Penelitian Thomi terfokus pada keputusan memilih produk imitasi jenis fashion terhadap daya beli konsumen. Terdapat kesamaan yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang keputusan atau minat untuk membeli suatu produk namun produk yang dibahas dan tempat penelitian berbeda, dimana Thomi membahas produk imitasi sedangkan peneliti membahas produk masakan padang maka tempat yang digunakan masing-masing peneliti berbeda.

¹²Thomi Marisnan Hidayat “*Pengaruh Keputusan Memilih Produk Imitasi Jenis Fashion Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Pasar Way Jepara Lampung Timur* (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2015).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KUALITAS PRODUK

1. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Menurut Kotler definisi produk adalah: “*A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*”. Artinya, produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.¹³

Menurut Fandy Tjiptono produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹⁴ Produk bersifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayan, dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan dari pembeli.¹⁵

¹³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Management Pemasaran edisi 12*, diterjemahkan oleh Benyamin Mola, dari judul asli *Marketing Management*, (Indonesia: PT Macana Jaya Gemilang, 2009), h.132

¹⁴Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 95

¹⁵Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2003), h. 165

Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa produk merupakan segala sesuatu yang diciptakan perusahaan agar dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi marketing, manufature dan maintenance, di mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, kesesuaian antara tujuan dan manfaatnya. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Jelas ini adalah definisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Kita bisa menyatakan bahwa penjual tertentu berkualitas bila produk dan pelayanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Ali kualitas adalah sebagai penilaian pelanggan terhadap keunggulan menyeluruh dari suatu produk sampai tingkat apa suatu produk atau jasa memenuhi tingkat kebutuhan pelanggan dan sampai tingkat apa produk bebas dari kekurangan atau kegagalan.¹⁶

Kualitas produk merupakan kemampuan produk yang melambangkan kemampuan untuk menjalankan fungsinya yang meliputi keawetan, keandalan, kemudahan dalam penggunaan serta sifat-sifat

¹⁶Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta : Puataka Pelajar, 2009), h. 167

lainnya.¹⁷ Setiap unit produk membentuk citra suatu barang atau jasa yang menentukan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan.¹⁸

Dengan melihat definisi di atas dapat dipahami bahwa kualitas produk adalah suatu penilaian pembeli terhadap keunggulan menyeluruh dari suatu produk sampai tingkat apa produk tersebut memenuhi kepuasan pembeli. Kepuasan yang nantinya akan berpengaruh pembelian ulang pada produk tersebut.

Sebagaimana dikutip dalam buku Ristiyanti dan Jonh, Tjiptono mengatakan ada delapan dimensi kualitas produk yaitu:

a. Kinerja (*performance*).

Karakteristik dasar dari suatu produk. Misalnya kebersihan makanan di restoran, ketajaman gambar dan warna sebuah televisi, kecepatan pengiriman paket titipan kilat untuk jasa pengiriman.

b. Fitur (*features*).

Karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk. Contohnya minuman gratis selama penerbangan pesawat, AC mobil dan koleksi tambahan aneka nada panggil pada telepon genggam.

c. Reliabilitas,

¹⁷Mahfud Mahfouz, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta : CV Andi Offset ,2017), h.

¹⁸*Ibid* h. 84

yaitu probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka semakin andal produk yang bersangkutan.

d. Konformasi (*conformance*),

yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan. Misalnya ketepatan waktu keberangkatan, kesesuaian antara ukuran bola dengan standar yang berlaku.

e. Daya tahan (*Durability*),

yaitu jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk.

f. *Serviceability*,

yaitu kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf pelayanan.

g. Estetika,

yaitu menyangkut penampilan produk yang dapat dinilai dengan panca indera (rasa, aroma, suara, dan seterusnya)¹⁹

h. Persepsi terhadap kualitas,

yaitu kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual. Kualitas yang dinilai disini ialah nama baik dari orang yang menawarkan produk.

¹⁹ Ristiyanti Prasetijo dan Jonh J.O.I. Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), h. 70

Sedangkan dalam kasus pemasaran jasa dimensi kualitas produk yang paling sering dijadikan acuan adalah:

a. Reabilitas

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

b. Responsivitas

Yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

c. Jaminan

Mencangkup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan.

d. Empati

Meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual.

e. Bukti fisik

Meliputi penampilan fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.²⁰ Seperti dibuatkan baju seragam untuk para karyawan. Kualitas tidak hanya terdapat pada barang dan jasa saja, tetapi juga termasuk dalam produk makanan seperti halnya restoran dan rumah makan. indikator empiric kualitas makanan yang digunakan adalah:

²⁰ Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik Edisi 2*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 75

- a. Warna, yaitu kombinasi warna bahan makanan seperti sayuran, daging, dan yang lainnya untuk satu menu yang disajikan kepada konsumen.
- b. Penampilan
 - 1). Makanan yang disajikan terlihat segar
 - 2). Makanan yang disajikan memenuhi standar kebersihan
- c. Porsi, yaitu makanan yang disajikan memenuhi standar porsi
- d. Aroma, yaitu aroma makanan yang disajikan menggugah selera makan
- e. Rasa, ialah rasa yang disajikan enak.

2. Klasifikasi Produk

- a. Berdasarkan wujudnya

Produk berdasarkan wujudnya dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama, yaitu:

- 1). Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan diperlakukan fisik lainnya.
- 2). Jasa merupakan aktivitas, manfaat, dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Seperti halnya bengkel, hotel, salon kecantikan dan lain sebagainya.

- b. Berdasarkan Daya Tahan

Produk berdasarkan daya tahan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1). Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang yang tidak tahan lama adalah barang yang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Seperti makanan, sabun, minuman kaleng, dan lainnya.

2). Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan barang yang berwujud yang biasanya bias bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian lebih dari satu tahun). Seperti lemari Es, mesin cuci, pakaian, dan lainnya.²¹

3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ditetapkan karena tujuan itulah yang akan memberikan arah bagi kegiatan yang akan dilakukan serta digunakan untuk mengukur efektivitas kegiatannya. Dalam hal mutu suatu produk yang akan dikeluarkan kadang mengalami keragaman. Hal ini disebabkan mutu suatu produk itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor ini akan menentukan bahwa suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Faktor-Faktor tersebut antara lain:

a. Manusia

²¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1 dan 2*, diterjemahkan oleh Hendra Teguh dkk, dari judul asli *Marketing Management the Milinium*, (Jakarta: Prenhalindo, 2000), h. 451

Peran manusia dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi secara langsung baik dan buruknya mutu dari produk yang dihasilkan

b. Management

Merupakan suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan perusahaan melalui sumberdaya manusia dan sumber daya lainnya dengan sebaik mungkin.

c. Uang

Perusahaan harus menyediakan cukup uang untuk menjalankan berbagai aktivitas perusahaan, meningkatkan atau mempertahankan mutu produknya.

d. Bahan Baku

Bahan baku merupakan faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi produk yang akan dihasilkan, pengendalian mutu bahan baku menjadi sangat penting dalam hal bahan baku. Perusahaan harus memperhatikan beberapa hal antara lain: seleksi sumber bahan baku, pemeriksaan penerimaan bahan baku dan penyimpanan bahan baku. Hal-hal tersebut harus diperhatikan dan dilakukan dengan baik sehingga bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi berkualitas rendah dapat ditekan serendah mungkin.

e. Mesin dan Peralatan

Dalam proses pelaksanaan aktivitas perusahaan manusia menggunakan mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses

produksi sebagai sarana manajemen untuk mencapai tujuan yang akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan perusahaan. Sehingga pemilihan peralatan yang digunakan untuk proses produksi haruslah memenuhi kualitas yang baik sehingga dalam memenuhi pesanan konsumen akan berjalan sesuai yang diharapkan, hal ini tentu sangat berpengaruh besar terhadap mutu yang dihasilkan selain SDM yang handal. Dengan kata lain mesin dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi kualitas produk. Seperti jika kita memasak nasi dengan menggunakan mejikom dan memasak nasi dengan menggunakan tungku, rasa yang dihasilkan akan berbeda.²²

4. Daur Hidup Produk

Setiap produk akan selalu memiliki masa hidup yang berbeda-beda. Masa hidup suatu produk mulai saat dikeluarkan oleh perusahaan ke masyarakat luar sampai dengan menjadi tidak disenanginya produk tersebut ini merupakan siklus kehidupan produk. Menurut Basu Swastha daur produk dibagi menjadi empat tahap, yaitu:

a. Tahap Perkenalan (*Introduction*)

Pada tahap ini barang atau jasa mulai dipasarkan dalam jumlah yang besar walaupun volume penjualannya belum tinggi. Ciri-ciri umum tahap ini adalah penjualan yang masih rendah, volume pasar berkembang lambat, persaingan yang masih relative kecil, tingkat kegagalan relatif tinggi, masih banyak dilakukan modifikasi produk,

²² Panji Anoraga, *Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Renika Cipta, 2007), h. 149

biaya produksi dan pemasaran sangat tinggi dan distribusi yang masih terbatas.²³

b. Tahap Pertumbuhan (*growth*)

Dalam tahap ini, penjualan dan laba akan meningkat dengan cepat. Karena permintaan akan meningkat dan masyarakat sudah mengenal barang yang bersangkutan, maka usaha promosi yang dilakukan yang dilakukan tidak seagresif tahap sebelumnya. Di sini pesaing mulai memasuki pasar sehingga pesaing menjadi lebih ketat. Tahap ini dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu:

1). *Rapid Growth*

Tahap ini ditandai dengan melonjaknya tingkat penjualan dengan cepat karena produk telah diterima dan diminta oleh pasar.

2). *Slow Growth*

Pada tahap ini penjualan masih meningkat, Namun dengan pertumbuhan yang semakin menurun.

c. Tahap Kedewasaan (*maturity*)

Tahap kedewasaan ini dapat kita lihat dari penjualannya yang meningkat dan pada tahap berikutnya tetap. Tahap ini ditandai dengan tercapainya titik tertinggi dalam penjualan.

d. Tahap Kemunduran (*decline*)

Hampir semua jenis barang yang dihasilkan selalu mengalami kekusangan atau keusangan dan harus di ganti dengan barang yang baru.

²³ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran*, h. 170

Dalam tahap ini, barang baru harus sudah dipasarkan untuk menggantikan barang lama yang sudah kuno. Maka dapat dipahami dalam tahap *decline* harus ada pembaharuan barang atau diganti dengan barang baru untuk dipasarkan.²⁴

B. MINAT BELI

1. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai, berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.²⁵ Secara bahasa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.²⁶

Menurut Ali Hasan Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.²⁷ Menurut Donni minat pembelian ialah kecenderungan untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang

²⁴ Fuadi dan Munir, *Hukum Dagang Internasional*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), h. 33

²⁵ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 262-263

²⁶ Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 744

²⁷ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, h. 173

berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.²⁸

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemerakarsa) merekomendasikan, memilih dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang. Minat beli masa mendatang sangat dipengaruhi oleh pengalaman konsumen yang berkaitan dengan harga, merek, promosi, iklan, rantai pasokan, kombinasi (mix) layanan, suasana, dan lokasi.

2. Tahapan Minat Beli

²⁸Donni Juni Priansah, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 164

Tahapan pembelian konsumen dapat dipahami melalui model AIDA yang diuraikan sebagai berikut:

a. *Attention* (Perhatian)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pembeli, selain itu calon pembeli juga mempelajari produk yang ditawarkan.

b. *Interest* (Tertarik)

Dalam tahap ini calon pembeli mulai tertarik untuk membeli produk, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk yang ditawarkan.

c. *Desire* (Hasrat)

Calon pembeli mulai memikirkan dan berdiskusi mengenai produk, karena hasrat dan keinginan untuk membeli, mulai timbul. Dalam hal ini calon pembeli mulai berminat terhadap produk. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

d. *Action* (Tindakan)

Pada tahap ini pembeli telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli produk yang ditawarkan.²⁹

Saat ini beberapa ahli ekonomi telah menambah satu huruf lagi kedalam AIDA yaitu huruf "S" yang berarti *Satisfaction* sehingga menjadi AIDAS, hal ini dikarenakan pembeli yang merasa puas akan melakukan

²⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 117

pembelian ulang. Selain itu ada juga yang menambahkan huruf “C” yang berarti *Conviction* sehingga menjadi AIDAC, yaitu adanya keyakinan atau kepastian dari konsumen untuk melakukan pembelian. bila kedua model ini digabungkan maka akan menjadi AIDACS.

Seorang pembeli akan melewati tahapan AIDA yang telah disebutkan diatas, jika seorang pembeli sudah melewati tahap *Action* maka hanya ada dua pilihan yaitu suka atau tidak suka dengan produk yang ditawarkan. Ketika pembeli menyukai produk yang ditawarkan maka akan ada keinginan dan kepastian untuk membeli kembali, pada saat itu pembeli melewati tahapan *Satisfaction* dan *Conviction*.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian

Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat. Tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya. Pengenalan masalah terjadi ketika konsumen melihat adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang dia miliki dengan apa yang dibutuhkan.

a. Faktor Internal

1). Motivasi

Motivasi atau dalam Bahasa Inggris disebut dengan *motivation* yang memiliki pengertian bergerak atau menggerakkan. Adapun dalam Bahasa Indonesia motivasi merupakan kata bend yang memiliki pengertian berikut: a. dorongan yang timbul dalam

diri seseorang secara sadar atau tidak untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. b. usaha yang menyebabkan seseorang atau kelompok tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya.³⁰

2). Sikap

Sikap adalah tingkah laku atau gerakan-gerakan yang tampak dan ditampilkan dalam interaksinya dengan lingkungan sosial. Interaksi tersebut terdapat proses saling merespon, saling mempengaruhi serta saling menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial.

3). Pengalaman

Menurut KBBI pengalaman adalah yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung, dan sebagainya).

4). Kebutuhan saat itu

5). Nilai-nilai yang dianutnya

6). Ekspektasi/Pengharapannya

Ekspektasi adalah suatu keyakinan atau kepercayaan individual sebelumnya mengenai hal-hal apa saja yang seharusnya terjadi pada situasi tertentu.³¹

b. Faktor Ekternal

1). Tampilan Produk

2). Sifat-Sifat Stimulus

Stimulus pemasaran termasuk ciri-ciri produk, atribut-atributnya, rancangan kemasan, nama merek, iklan dan posisi iklan atau waktu tayangnya serta lingkungan editorialnya.

³⁰ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, h. 70

³¹ Ristiyanti Prasetijo dan Jonh J.O.I. Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, h. 68-69

3). Situasi Lingkungan

lingkungan merupakan kekuatan yang sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian.³² penggunaan objek secara keseluruhan akan lebih baik daripada hanya bagian-bagiannya saja. Misalnya, melayani pembeli secara “sempurna”, dari awal konsumen masuk pada suatu rumah makan sampai pada saat dia meninggalkan rumah makan tersebut.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variable atau lebih. Hipotesis juga diartikan dengan jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya.³³ Berdasarkan pada kajian teori dan perumusan masalah, serta kerangka berfikir tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ha : Ada pengaruh positif antara kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo.

Ho : Tidak ada pengaruh positif antara kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo.

³² Donni Juni Priansah, *Perilaku Konsumen*, h. 168-171

³³ Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 152

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menjelaskan tentang bentuk, jenis dan sifat penelitian. Selain itu, perlu juga dijelaskan variable-variabel yang dilibatkan dalam penelitian serta sifat hubungan antara variable-variabel tersebut. Rancangan penelitian diartikan sebagai strategi mengatur penelitian agar penelitian memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variable dan tujuan penelitian.³⁴

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu peneliti meneliti langsung ke lapangan yang dituju. Menurut Kartini Kartono “penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas apa yang tengah terjadi pada saat ditengah masyarakat”

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian ke lapangan untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana Pengaruh Kualitas Masakan Padang Terhadap Minat Beli Masyarakat 15A Iringmulyo Kota Metro.

³⁴*Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Edisi Revisi*, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2013), h. 40

Penelitian yang peneliti lakukan bersifat korelasial kuantitatif. Korelasial adalah untuk mendeteksi sejauh mana variabel-variabel pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi.³⁵

Kuantitatif merupakan penyajian dan perhitungan data-data peneliti berupa data statistik. Penelitian ini menekankan pada perhitungan data statistic yang berupa jumlah angka-angka tertentu dengan menggunakan metode korelasi kuantitatif yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antara dua variable atau lebih. Pengertian diatas merupakan pengertian yang diungkapkan oleh para ahli dan dapat dipahami bahwa penelitian korelasi kuantitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau korelasi yang terjadi atas situasi atau kejadian berupa data statistik yang berbentuk jumlah angka-angka tertentu.

Penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian korelasi kuantitatif yang akan mencari ada atau tidaknya hubungan sebab akibat yang terjadi antara pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat belimasyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur.

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto variabel merupakan objek penelitian atau apa saja yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian.³⁶ Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa variabel adalah atribut atau sifat yang akan dipelajari.

³⁵ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h. 25

³⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 161

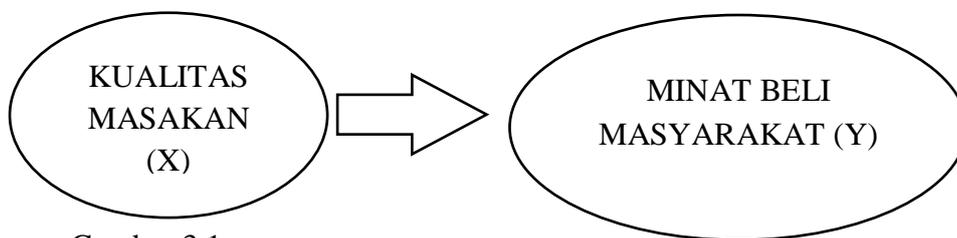
Variabel-Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variable Bebas (x)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.³⁷

b. Variable Terikat (y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.



Gambar 3.1

Dari gambar diatas terlihat variabel x dan variabel y nya. Dimana variabel x atau variabel yang mempengaruhi adalah kualitas masakan padang dan variabel y atau variabel yang dipengaruhi adalah minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur. Apakah masyarakat 15A Iringmulyo tersebut termasuk kedalam masyarakat yang memiliki minat beli yang tinggi terhadap masakan padang dengan indikator sebagai berikut:

- 1). Sangat minat : yaitu indikator pembelian sebanyak 90-100 masakan/bulan
- 2). Minat : yaitu indikator pembelian sebanyak 80-40 masakan/bulan

³⁷ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 4

3). Tidak minat : yaitu indikator pembelian sebanyak < 30 masakan/bulan.

Kisi-kisi umum dalam angket penelitian adalah sebagai berikut:

No	Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	No item
1	Variabel bebas (X) Kualitas masakan padang (daya tahan, pelayanan brand, dan keistimewaan)	a. Daya tahan b. Pelayanan c. Brand / merk d. Keistimewaan	1-3 4-6 7-8 9-10
2	Variabel terikat (Y) Minat beli masyarakat	Jumlah pembelian makanan padang oleh masyarakat dan pelanggan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik rumah makan padang	
Jumlah			10 item

Tabel 3.1

2. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional perlu di definisikan dalam bentuk perumusan yang lebih, tidak membingungkan dan dapat diobservasikan serta dapat diukur. Menurut Sumandi Suryabrata definisi oprasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat, hal yang dapat didefinisikan, yang dapat diamati (observasi).³⁸

³⁸ *Ibid*, h. 29

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan dapat dipahami bahwa definisi operasional variabel adalah rumusan obyek secara nyata dari suatu variable yang merupakan petunjuk dalam mengobservasi dan mengukur variable, sehingga akan mendapat nilai atau jumlah penelitian. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah

- a. kualitas masakan padang adalah suatu penilaian pelanggan terhadap superioritas keunggulan menyeluruh dari masakan padang sampai tingkat apa masakan tersebut memenuhi pelanggan yang nantinya akan berpengaruh pada kepuasan dan minat beli dari pelanggan.
- b. Minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur terhadap kualitas masakan padang. Apakah masyarakat tersebut termasuk masyarakat yang memiliki minat beli yang tinggi terhadap pembelian masakan padang di 15A Iringmulyo Metro Timur.

C. Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dikembangkan ditarik kesimpulannya.³⁹

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2016), h. 80

kesimpulan.⁴⁰ Populasi yang dijadikan peneliti sebagai subjek penelitian adalah semua pemilik rumah makan padang yang berjumlah 5 orang. dan semua pembeli rumah makan padang di 15A Iringmulyo dibagi lima. Maka jumlah populasi pembeli perbulan sebanyak 460 pembeli yang menikmati masakan padang di 15A iringmulyo.

2. Sampel

Sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, pemahaman tentang sifat dan karakteristik akan menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tetapi tidak semua elemen populasi akan membentuk sampel.⁴¹ adapun rumus untuk menghitung ukuran sampel populasi yang diketahui jumlahnya sebanyak 460 pembeli tiap bulannya, diambil tarafkesalahan sebesar 10% dari jumlah populasi.

$$N = \frac{N}{d}$$

keterangan :

N = ukuran sampel yang dicari

d = persen kelonggaran ketiadaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerin atau diinginkan, missal 10% dengan demikian diperoleh jumlah sampel sebesar:

⁴⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 49

⁴¹ Ibid, h. 81

$$N = \frac{460}{10\%}$$

$$N = 46$$

Berdasarkan hasil yang didapatkan, maka diperoleh jumlah ukuran sampel sebesar 46 dari jumlah masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur.

3. Teknik pengambilan sampel

Sebagaimana yang dikatakan oleh Sutrisno Hadi untuk kelancaran seorang peneliti yang perlu diperhatikan adalah menentukan lebih dahulu luas dan sifat penelitian, memberi batasan-batasan yang tegas, baru kemudian menetapkan sampelnya.⁴²

Berdasarkan hal tersebut maka dalam menentukan sampel peneliti menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik menentukan sampel dengan pertimbangan atas persyaratan sampel tertentu. Menentukan teknik *purposive sampling* harus didasari pada pengamatan peneliti atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.

Peneliti memiliki kriteria terhadap masyarakat yang akan dijadikan sampel yakni:

- a. Berumur 17-50 tahun
- b. Bukan orang sumatera barat atau orang padang
- c. Masyarakat yang menjadi penikmat di salah satu rumah makan padang 15A Iringmulyo minimal tiga kali dalam sebulan

⁴² Sutrisno Hadi, *Metodelogi Penelitian Reserch*, (Yogyakarta: Andi Ofset 1985), h. 31

- d. Masyarakat yang menjadi pelanggan rumah makan padang 15A Iringmulyo
- e. Pelanggan yang loyal terhadap salah satu rumah makan padang 15A Iringmulyo

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk menetapkan data guna melengkapi pembuktian masalah, maka dalam masalah ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Koesioner (angket)

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi dari responden. Menurut kartini kartono angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dilakukan dengan mengadakan suatu daftar pertanyaan berupa formulir, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan tertulis seperlunya.⁴³

Dengan demikian dapat dipahami bahwa angket merupakan daftar pertanyaan yang harus dikerjakan oleh responden. Angket dapat dibagi menurut sifat jawabannya yang diinginkan, yaitu:

- a. Angket tertutup

⁴³ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research*, (Bandung: Alumni, 1999), h. 200

Angket tertutup terdiri atas pertanyaan atau pernyataan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya.

b. Angket Terbuka

Angket ini memberikan kesempatan penuh pemberian jawaban menurut apa yang dirasa perlu oleh responden. Peneliti hanya memberikan sejumlah pertanyaan berkenaan dengan masalah penelitian dan meminta responden menguraikan pendapat atau pendiriannya dengan panjang lebar bila diinginkan.

c. Kombinasi Angket Terbuka dan Tertutup

Berdasarkan angket tertutup yang mempunyai sejumlah jawaban. Ditambah alternatif yang memberi kesempatan kepada responden memberi jawaban di samping atau di luar jawaban yang tersedia.⁴⁴

Penelitian ini yang digunakan oleh peneliti adalah angket tertutup, jadi peneliti memberikan jawaban atau pernyataan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan sedangkan responden hanya mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya. Angket pada penelitian ini di gunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur.

Dalam penelitian ini, angket menggunakan pengukuran skala *likert*. Skala *likert* adalah pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu

⁴⁴ S. Nasution, *Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 129-130

sebagai fenomena sosial.⁴⁵ Angket yang disebar untuk responden berupa pernyataan/pertanyaan dengan setiap soal terdapat alternatif pilihan sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5
2. Alternatif jawaban setuju (S) diberi nilai 4
3. Alternatif jawaban Netral (N) diberi nilai 3
4. Alternatif jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2
5. Alternative jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada responden. Wawancara dilakukan dengan berhadapan langsung antara interview dan responden, kegiatan dilakukan secara lisan⁴⁶

Wawancara dilihat dari bentuk pertanyaan dapat dibagi menjadi dalam tiga bentuk:

- a. Wawancara berstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang mengarahkan pada jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan.

⁴⁵ Sugiyono, *metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h. 93-94

⁴⁶ P. Joko Subagio, *Metodelogi Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 39

- b. Wawancara tak terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang dapat dijawab secara bebas oleh responden tanpa terkait pada pola tertentu.
- c. Wawancara campuran yaitu wawancaracampuran antara wawancara terstruktur dan tidak terstruktur⁴⁷

Peneliti menggunakan wawancara tak terstruktur. Wawancara ini bertujuan untuk menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan terkait dengan pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur. Peneliti akan melakukan wawancara dengan pemilik rumah makan padang di 15A Iringmulyo Metro Timur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis dan dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, koran, peraturan-peraturan, catatan harian, notulen rapat, dan lainnya.⁴⁸ Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan mencatat, menyalin, atau mengadakan dokumen yang berkaitan dengan jumlah masyarakat yang menjadi penikmat masakan padang di 15A Iringmulyo Metro Timur.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode ini bertujuan agar dapat mempermudah peneliti dalam mengkaji secara

⁴⁷*Ibid*, h. 120-121

⁴⁸ Musein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), h. 202

langsung mengenai data-data yang berkaitan langsung dengan kualitas produk terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmlyo Metro Timur.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain.⁴⁹

Adapun cara yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisa data penelitian ini adalah dengan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis inferensial.

1. Analisis deskriptif meliputi

a. Deskriptif data

Data yang berhasil dikumpulkan diolah menggunakan teknik statistika deskriptif yang disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi.

b. Uji prasyarat tes

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka diperlukan uji prasyarat terlebih dahulu. Uji prasyarat tersebut menggunakan uji normalitas.

2. Analisis inferensial (Uji Hipotesis Penelitian)

a. Analisis regresi linier sederhana

Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

⁴⁹ Lexy J, Meoleng, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), h. 248

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

b. Uji Korelasi produk moment

Rumus korelasi *product moment* berikut ini

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Angka Indeks Korelasi “R” Product Moment

$\sum x$ = Seluruh skor variable X

$\sum y$ = Seluruh skor variable Y

$\sum x^2$ = Jumlah Seluruh variable X setelah dikuadratkan

$\sum y^2$ = Jumlah Seluruh variable Y setelah dikuadratkan

$\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara X dan Y

Teknik analisis data tersebut diatas digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan pada akhir akan sampai pada kesimpulan penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah singkat berdirinya kelurahan 15A Iringmulyo Metro Timur

a. Pra Desa dan Terbentuknya Kelurahan

Cikal bakal terbentuknya kelurahan Iringmulyo adalah bermula dari pecahan transmigrasi dari Jawa yang dipimpin oleh Almarhum D. Gondo Wardoyo yang membuka lahan di Lampung Tengah itu menjadi 3 daerah pemukiman baru, yaitu 15 a Iringmulyo, 15 b Imopuro, dan 15 Polos Metro

Kemudian dengan kesepakatan yang diambil pada tahun 1938, maka diambil keputusan untuk menjadikan ketiga bedeng itu menjadi satu kampung yang diberi nama Kampung Metro. Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa maka pada tanggal 18 Agustus 1982 Kampung Metro ditingkatkan menjadi Kelurahan Metro.

Berdasarkan peraturan daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000, maka Kelurahan Metro dipecah menjadi 3 bagian yaitu Kelurahan Iringmulyo, Imopura, dan Metro. Dengan ditetapkannya Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 tahun 2000 tersebut maka Iringmulyo resmi menjadi Kelurahan yang secara geografis masuk kedalam Kecamatan Metro Timur.

b. Estafet Kepemimpinan Kelurahan Iringmulyo

- 1). Tahun 2000 s.d. 2001 :Triyeni Kusuma, S.STP
- 2). Tahun 2001 s.d. 25-28-2003 : Drs. Djohan Steven
- 3). Tanggal 25-28-2003 s.d. 03-11-2006 : Edwar Effendi, S.E
- 4). Tanggal 03-11-2006 s.d. 31-12-2008 : Asrori, S.IP.
- 5). Tanggal 31-12-2008 s.d. 01-04-2011 : Drs. Dhalid Amran
- 6). Tanggal 09-08-2010 s.d. 28-01-2013 : Subehi S.STP
- 7). Tanggal 28-01-2013 s.d. 04-02-2015 : Haryoto, S.Sos
- 8). Tanggal 04-02-2015 s.d. 03-01-2017 : Suhaimi, S.IP
- 9). Tanggal 03-01-2017 s.d Sekarang : Selamat, S.IP

c. Letak Kelurahan Iringmulyo

kelurahan Iringmulyo terletak didataran rendah dengan batas-bats sebagai berikut:

- 1). Sebelah Utara : Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Yosodadi
- 2). Sebelah Selatan : Kelurahan Tejo Agung dan Kelurahan Mulyojati
- 3). Sebelah Timur : Banjerejo Lamtim dan kelurahan Yosodadi
- 4). Sebelah Barat : Kelurahan Metro

Jarak Kelurahan Iringmulyo dengan Pusat Pemeritahan Kecamatan adalah 1 km sedangkan jarak dengan Pusat Pemerintahan Kota Metro adalah 2 km dan jarak dengan Ibu Kota Propinsi adalah 48 km.

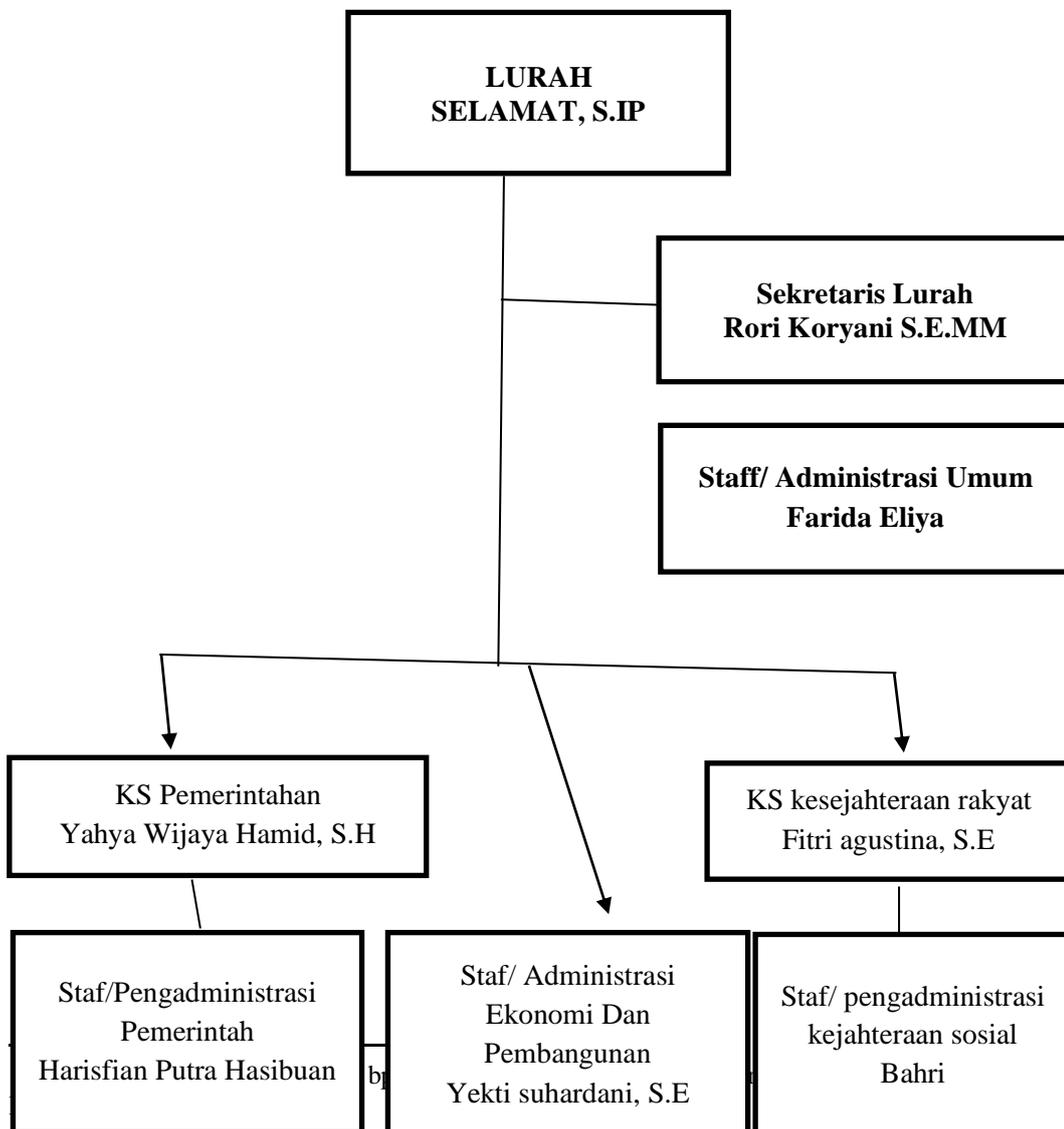
d. Jumlah Penduduk Iringmulyo

Pada bulan September 2018 jumlah penduduk Kelurahan Iringmulyo sebanyak 14664 orang penduduk yang terdiri dari 7350 laki-laki dan 7314 perempuan. Suku penduduk Iringmulyo bermacam-macam, ada suku Jawa, suku Lampung, Sunda, dan lainnya.⁵⁰

e. Struktur Kelurahan Iringmulyo Metro Timur

Struktur pengurus kelurahan Iringmulyo dapat dilihat di bawah ini:

Gambar . 4.1
Stuktur Kelurahan Iringmulyo 2018



B. Pembahasan

1. Kualitas masakan padang terhadap penilaian pelanggan di rumah makan padang 15A Iringmulyo.

Untuk mengetahui kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo, peneliti menyebar koesioner atau angket kepada 46 masyarakat yang menjadi pelanggan dan penikmat masakan padang sebagai responden dari tanggal 1 sampai dengan 5 desember 2018 sebanyak 10 item pertanyaan dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1). Alternative jawaban sangat setuju diberi nilai 5
- 2). Alternative jawaban setuju diberi nilai 4
- 3). Alternative jawaban kurang setuju diberi nilai 3
- 4). Alternative jawaban tidak setuju diberi nilai 2
- 5). Alternative jawaban sangat tidak setuju diberi nilai 1

Hasil penyebaran koesioner tentang kualitas masakan padang kepada pelanggan dan penikmat masakan padang 15A Iringmulyo Metro Timur dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 4.1
Hasil penyebaran koesioner atau angket

No	Nama inisial	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jumlah
1.	MLI	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
2.	MA	4	3	3	4	3	5	4	2	4	3	41
3.	NF	4	4	4	4	5	5	2	2	4	4	38

4.	NFD	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40
5.	KU	4	4	5	4	4	5	4	1	4	4	39
6.	ELH	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	46
7.	T	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	43
8.	NB	5	4	3	4	3	3	4	2	4	4	36
9.	NY	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	32
10.	LM	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	35
11.	S	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	36
12.	KK	4	4	4	3	3	3	5	2	4	4	36
13.	HS	4	4	4	3	4	3	5	2	4	3	34
14.	AR	5	4	4	3	3	3	5	3	3	3	36
15.	AK	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	47
16.	ED	4	4	4	3	3	3	5	2	4	4	36
17.	NU	4	4	4	3	3	3	5	2	3	3	34
18.	STR	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
19.	AN	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	39
20.	VW	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
21.	DAN	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
22.	PDL	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
23.	AR	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	40
24.	DAW	4	4	4	4	5	5	2	3	5	5	41
25.	AA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26.	ZA	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	40
27.	YL	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	44
28.	SF	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	44
29.	WE	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	39
30.	SN	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	25
31.	SM	3	4	2	2	4	3	2	2	2	2	26
32.	DA	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	44
33.	ST	4	4	4	5	5	5	3	2	4	3	39
34.	JI	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	45
35.	NS	3	4	4	4	5	4	2	4	4	2	36
36.	INA	4	4	2	4	5	5	3	2	3	4	36
37.	BL	3	4	3	3	2	2	2	2	3	4	28
38.	YS	2	4	3	4	4	4	2	5	4	3	35
39.	ES	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
40.	DS	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	37
41.	SM	3	4	3	4	4	4	2	2	4	2	32
42.	AM	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	38

43.	HM	4	5	4	4	2	4	3	3	4	4	37
44.	TW	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	39
45.	NH	4	4	3	4	2	4	3	2	4	4	34
46.	AHR	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37

Untuk mengetahui interval kelasnya berdasarkan data hasil koefisien di atas, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah} + 1}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan Pengaruh Kualitas Masakan Padang kepada pelanggan dengan tiga kategori yaitu sangat minat, minat dan tidak minat dari rumus sebelumnya maka diperoleh interval kelasnya sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{47 - 25 + 1}{3} = 7,6$$

Jumlah interval untuk variabel bebas adalah data dari interval di atas dimasukkan dalam tabel frekuensi sebagai berikut:

Distribusi Frekuensi Hasil Koefisien Tentang Pengaruh Masakan Padang.

Tabel. 4.2
Frekuensi hasil penelitian

No	Interval Kelas	Frekuensi	Kategori	Presentase
1.	40-47	19	Sangat Minat	41,3 %
2.	32-39	24	Minat	52,2 %
3.	25-31	3	Tidak minat	6,5 %
	Jumlah	46		100%

Berdasarkan data pada tabel diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang memperoleh 40-47 adalah 19 orang mencapai 41,3 %, 32-39 adalah 24 orang mencapai 52,2 %, dan 25-31 adalah 3 orang mencapai 6,5 %.

2. Minat Beli Masyarakat terhadap Rumah Makan Padang 15A Iringmulyo.

Untuk mengetahui minat beli masyarakat atau pelanggan rumah makan padang di 15A Iringmulyo Metro Timur, peneliti mengambil dari berapa bungkus masakan yang dibeli oleh konsumen rumah makan padang 15A Iringmulyo dalam kurun waktu 2 bulan.

Distribusi Frekuensi Nilai Pembelian Masakan Padang oleh Pelanggan Rumah Makan Padang 15A Iringmulyo dalam kurun waktu 2 Bulan

Tabel. 4. 3
Frekuensi Nilai Pembelian

Nilai (X)	Frekuensi (F)
100	3
90	4
80	4
40	17
30	15
20	3
TOTAL	N = 46

Dari distribusi tabel di atas dapat diperoleh keterangan sebagai berikut: pelanggan yang mempunyai kriteria dikatakan sangat minat berjumlah 11 orang, pelanggan yang mempunyai kriteria minat berjumlah

21 orang, dan pelanggan yang mempunyai kriteria tidak minat berjumlah 18 orang. Sehingga dapat diketahui bahwasanya minat beli masyarakat 15A Iringmulyo dikatakan memiliki tingkat minat beli yang sedang.

Adapun hipotesis yang peneliti ajukan adalah:

Ha : Ada pengaruh positif antara kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo.

Ho : Tidak ada pengaruh positif antara kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo.

3. Kualitas Masakan menurut Pemilik Rumah Makan Padang

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti tidak hanya melalui penyebaran koesioner melainkan wawancara terhadap pemilik rumah makan padang tersebut sebagai berikut:

Menurut ibu YM pemilik rumah makan padang Ampera kualitas masakan padang harus ada dalam masakan yang beliau buat. Ibu YM membuat masakan tanpa resep turun temurun, ia menggunakan dan mengandalkan tangganya sendiri untuk membuka usaha rumah makan padang. Kebersihan dapur dan peralatan masak yang akan beliau gunakan harus bersih karena akan berpengaruh pada rasa masakan. Beliau berprinsip dimana ada usaha maka akan ada hasilnya dan apa yang saya makan itulah yang saya jual, seperti halnya usaha rumah makan yang beliau rintis dari tahun 2007 sampai sekarang rumah makan yang beliau rintis tidak pernah

sepi. Dalam sehari bisa sampai 70 bungkus nasi padang terjual, jika ada pesanan bisa mencapai 400 bungkus/kotak.⁵¹

Menurut ibu RT pemilik rumah makan padang ganti selero resep turun temurun yang diberikan kakeknya menjadi andalan dalam kualitas masakan yang dibuatnya. Kualitas masakan diperlukan dalam usaha makanan tanpa kualitas masakan tersebut tidak ada pembeda antara rumah makan saya dengan rumah makan padang lainnya. Cara mengolah masakan menggunakan resep turun temurun dan bahan yang diolah harus fress, seperti daging yang saya beli dari penjual daging langsung, saya membeli daging sekaligus untuk 3-4 hari berikutnya, supaya daging tetep fress saya letakan didalam flizer agar tetap segar dan fress daging yang saya beli tadi”, kata beliau. Dalam sehari masakan padang yang beliau buat terjual 30-40 bungkus.⁵²

Menurut Bapak RZ pemilik rumah makan padang Rajawali masakan minang sudah tentu berkualitas dan sudah tentu kehalalnya, karena kita orang minang adalah orang padang yang menganut agama islam. Kami tahu aturan dan tata cara menyajikan dan mengolah makanan, seperti daging ayam kami potong sendiri supaya bisa memastikan kehalalnya. Rumah makan Rajawali ini dalam pengolahan masakan tidak menggunakan penyedap makanan, karna menurut saya penyedap makanan atau biasa disebut msg tidak baik untuk kesehatan jangka panjang, maka di

⁵¹ Wawancara dengan ibu YM selaku Pemilik Rumah Makan Padang Ampera, Rabu, 5 Desember, 2018, pkl. 14.00

⁵² Wawancara dengan ibu RT selaku Pemilik Rumah Makan Padang Ganti Selero, Rabu 5 Desember, 2018, pkl. 15.30

rumah makan ini tidak boleh menggunakan penyedap makanan atau msg. Rumah makan Rajawali dalam sehari bisa menjual 80 bungkus dalam sehari.⁵³

Menurut bapak TQ pemilik rumah makan Telogo Biru kualitas makanan adalah makanan yang nantinya rasa dan penyajiannya tidak mengecewakan pelanggan. Masakan yang mempunyai kualitas adalah yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai harapan pelanggan bahkan dapat melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Dalam sehari rumah makan Telogo Biru mencapai 40 bungkus nasi padang.

Menurut Bapak RY pemilik rumah makan Pusako Minang kualitas masakan ialah salah satu faktor yang dipakai oleh pelanggan untuk membeli sesuatu semisal makanan, yang mana makanan tersebut dapat dibandingkan dengan pesaingnya berdasarkan kualitasnya.

C. Pengujian Hipotesis

Untuk menjawab hipotesis di atas peneliti menggunakan uji normalitas, analisis linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas masakan terhadap minat beli masyarakat, dan uji korelasi produk moment digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linier dari dua variabel. Dalam pengujian hipotesis penelitian menggunakan SPSS 16.

1. Uji Normalitas

⁵³ Wawancara dengan Bapak RZ Selaku Pemilik Rumah Makan Padang Rajawali, Selasa 4 Desember, 2018, pkl. 13.00

Sebelum menguji hipotesis dengan menggunakan teknik analisis uji regresi dan uji korelasi, maka asumsi-asumsi yang melandasi penggunaan teknik statistik tersebut harus diuji terlebih dahulu. Pada penelitian ini uji asumsi yang dimaksudkan untuk mengetahui normalitas sebaran data. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel penelitian yang diperoleh berasal dari data yang berdistribusi normal atau tidak.⁵⁴

Dalam uji normalitas peneliti menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov dengan SPSS 16 sebagai berikut:

Tabel. 4. 4
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		46
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	15.42078932
Most	Absolute	.123
Extreme	Positive	.123
Differences	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.833
Asymp. Sig. (2-tailed)		.491
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,491 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

⁵⁴ Kasmadi, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 116

Analisis Regresi Linier Sederhana menggunakan SPSS 16 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 5
Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-101.092	18.356		-5.507	.000
	Kualitas Masakan	3.878	.477	.775	8.129	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Pada tabel diatas, pada kolom B pada Constant (a) adalah -101,092 sedangkan nilai kualitas masakan adalah 3,878, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX \text{ atau } -101,092 + 3,878X$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rat variabel Y untuk setiap variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negativ. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- a. Konstanta sebasear-101,09 menyatakan bahwa tidak ada nilai masakan padang maka nilai minat beli sebesar -101,092.

- b. Koefisien regresi X sebesar 3,878 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai masakan padang, maka minat beli bertambah sebesar 3,878.

Selain menggambarkan persamaan regresi output ini juga menampilkan uji signifikansi dengan uji t yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) masakan padang terhadap minat beli. Jika t tabel lebih besar maka H_0 diterima dan H_a ditolak, namun sebaliknya jika t tabel lebih kecil dari t hitung maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari output diatas sudah diketahui nilai t hitung = 8,129 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, kemudian diketahui t tabel sebesar 1,682. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, karena t tabel lebih kecil daripada t hitung, yang berarti ada pengaruh yang signifikan masakan padang terhadap minat beli masyarakat.

3. Uji Korelasi Produk Moment

Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negative, sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi⁵⁵

⁵⁵ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 224

Tabel. 4.6
Korelasi Poduk Moment

		Correlations	
		Kualitas Masakan	Minat Beli
Kualitas Masakan	Pearson Correlation	1	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	46	46
Minat Beli	Pearson Correlation	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	46	46

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

Nilai pada correlation tabel tersebut adalah 0,775 ini dapat menggambarkan koefisien Korelasi Product Moment ini dapat ditandai dengan bintangnya ada dua. Berarti dengan adanya bintang dua dapat menggambarkan koefisien Koerelasi signifikan di tingkat signifikan 0.01. Nilai 0.000 menggambarkan sejauh mana atau tingkat signifikann, ini membuktikan tingkat signifikan 1- ujung Koefisien Korelasi tersebut dibawah 0.05 pada arah positif jadi korelasi variabel kualitas masakan dengan minat beli dapat disimpulkan signifikan positif.

Kesimpulan nilai sebesar 0.775 dapat menggambarkan sejauhmana keeratan hubungan antara kualitas masakan padang terhadap minat beli dengan nilai 0.775 atau dipersenkan dengan nilai 77,5%. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuana yang terdapat pada tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel. 4. 7
Pedoman untuk memberikan interprestasi terhadap koefisien korelasi⁵⁶

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil correlation product moment didapatkan nilai sebesar 0.775 bila dikonsultasikan dengan tabel interprestasi terhadap koefisien korelasi berada pada 0.60-0,799 dalam hal ini terdapat korelasi yang kuat. Sehingga variabel X (Kualitas Masakan Padang) dan variabel Y (Minat Beli Masyarakat) terdapat pengaruh yang sangat kuat.

⁵⁶ *Ibid*, h. 231

D. Analisis Data

Kualitas produk masakan adalah suatu penilaian pembeli terhadap keunggulan menyeluruh dari masakan padang sampai tingkat apa masakan tersebut memenuhi kepuasan pembeli. Kualitas masakan di pengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya cara mengolah masakan padang, peralatan yang digunakan, dan tangan yang digunakan, biasanya masakan yang diolah oleh dua orang dengan resep yang sama belum tentu hasil masakan dan rasa masakannya sama. Setiap rumah makan padang di 15A Iringmulyo mempunyai hasil masakan yang berbeda dan rasa yang berbeda pula.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik rumah makan padang kualitas masakan adalah nilai jual masakan. Seperti kata ibu YM apa yang menurut kita baik dan enak dimakan itulah yang akan kita jual. Namun ada juga yang membedakan antara yang kita makan dengan apa yang kita jual. Menurut bpk RZ kualitas masakan terletak pada kehalalan saat memasak serta rasa yang tidak tercampur pemanis buatan.

Seperti yang disebutkan diatas bahwa kualitas masakan adalah penilaian pembeli terhadap keunggulan dan kepuasan masakan. Setiap rumah makan mempunyai keunggulan dan kekurangan dalam menciptakan masakan. Hal yang dapat mempengaruhi minat beli rumah makan padang antara lain harga yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, brand atau merk yang sudah mereka kenal, keistimewaan dalam masakan, kejujuran, dan manfaat yang mereka rasakan.

Setiap rumah makan menyediakan masakan padang dengan rasa yang berbeda dan harga yang berbeda. Karena harga yang menentukan kualitas istilah ini yang sering digunakan pembeli. Istilah tersebut tidak cocok untuk RM GS menurut pembeli harga yang ditawarkan terlalu tinggi untuk rasa dan kualitas masakan yang dihidangkan, tapi pelayanan dan brand yang sudah biasa didengar oleh pembeli menjadi minat beli tersendiri di rumah makan tersebut. Berbeda dengan RM AM masakan yang dihidangkan dinilai enak dan harga yang ditawarkan sesuai dengan rasa namun terkadang pelayanannya kurang memuaskan.

Untuk dapat melihat pengaruh kualitas masakan terhadap minat beli peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas masakan dan minat beli. Dibuktikan dengan t hitung dan t tabel yang apabila t hitung lebih besar dari pada t tabel. Dihasilkan t hitung sebesar 8,129 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, kemudian diketahui t tabel sebesar 1,683. Dapat dilihat pada tabel 4.6 regresi linier sederhana.

Kemudian analisis terhadap hubungan antara kualitas masakan padang dan minat beli masyarakat dinyatakan dengan besarnya koefisien korelasi produk moment. Berdasarkan uji korelasi produk moment yang peneliti lakukan didapatkan interval korelasinya sebesar 0,775 atau 77,5% keeratan hubungan antara kualitas masakan padang dan minat beli masyarakat. Menurut Sugiono jika nilai interval korelasi sebesar 0,60 – 0,799 tingkat hubungan keduanya kuat. Maka dapat dikatakan bahwa

antara kualitas masakan padang dan minat beli ada keeratan hubungannya kuat yaitu sebesar 0,775 atau 77, 5%. Bisa dilihat di tabel 4.6 dan 4.7 tentang korelasi produk moment.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data tentang pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur maka didapatkan kesimpulan yang menjawab dari rumusan masalah yaitu Adakah pengaruh kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo Metro Timur? Ditemukan ternyata ada pengaruh positif yang signifikan dimana keeratan pengaruh tersebut dikategorikan “kuat” dengan nilai 0,775 atau 77,5%.

Dengan demikian hipotesis peneliti H_a diterima dan H_o ditolak.

H_a : Ada pengaruh positif antara kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo.

H_o : Tidak ada pengaruh positif antara kualitas masakan padang terhadap minat beli masyarakat 15A Iringmulyo.

B. Saran

Untuk pemilik rumah makan padang hendaknya pemilik rumah makan padang 15A Iringmulyo mempertahankan kualitas masakan yang dinilai bagus oleh pelanggan. Dan selalu memperhatikan kualitas bahan masakan yang akan diolah dan kebersihan dapur. Berdaganglah seperti dagangnya Nabi Muhammad Sallallohu'alai wasalam yang selalu jujur dan senantiasa tersenyum. Dalam hal pelayanan senyum dan keramahan sangat dibutuhkan untuk menyenangkan hati pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004

Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.

Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset, 2003.

Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Media Group, 2005.

Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

Donni Juni Priansah, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2007

Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik Edisi 2*, Yogyakarta: Andi Offset, 2012.

Fuadi dan Munir, *Hukum Dagang Internasional*, Bandung: PT. Aditya Bakti, 2004.

Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research*, Bandung: Alumni, 1999.

Kasmadi, *Pedoman Modern Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Lexy J, Meoleng, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya,

Mahfud Mahfouz, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta : CV Andi Offset, 2017

Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Musein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Press, 2000.

Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.: Renika Cipta, 2007.

Panji Anoraga, *Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Renika Cipta, 2007.

Pedoman Penulisan Skripsi Karya Tulis Ilmiah Edisi Revisi Metro : IAIN Jurai Siwo Metro, 2011

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Management Pemasaran edisi 12*, diterjemahkan oleh Benyamin Mola, dari judul asli *Marketing Management*, Indonesia: PT Macana Jaya Gemilang, 2009.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1 dan 2*, Jakarta: Prenhalindo, 2000.

P. Joko Subagio, *Metodelogi Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Renika Cipta, 2004.

Ristiyanti Prasetijo dan Jonh J.O.I. Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI, 2005.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

Sofyan Siregar, *Statistiks Deskriptif untuk Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Reneka Cipta, 1992.

Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Jakarta: Alfabeta, 2016.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

S. Nasution, *Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.

Sutrisno Hadi, *Metodelogi Penelitian Reserch*, Yogyakarta: Andi Ofset 1985.

Yenni Pratiwi dan I Made Wrdana, “*E Jurnal Manajemen Uhud*” *Pengaruh Fak Internal dan Ekternal terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uhud Universitas Udayana*, Bali: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uhud



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-156a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Drs. H. M. Saleh, MA
2. Zumaroh, M.E.Sy
di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

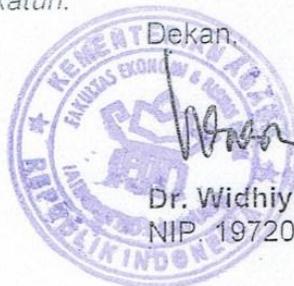
Nama : Siti Nur Janah
NPM : 14119504
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus Rumah Makan Padang Desa Iringmulyo 15A Kota Metro)

Dengan ketentuan :-

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dekan,
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-366/In.28/FEBI/PP.00.9/06/2017

Metro, 08 Juni 2017

Lampiran :-

Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Kepala Dinas Perdagangan Kota Metro
di- Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

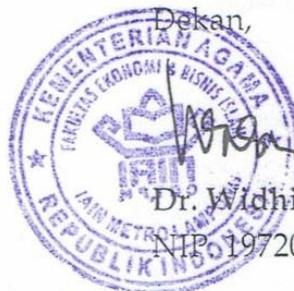
Dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa kami:

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat
(Studi Kasus Rumah Makan Padang Desa Iringmulyo 15A Kota Metro).

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 197209232000032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 2715/In.28/D.1/TL.00/11/2018
 Lampiran : -
 Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
 Kepala KESBANGPOL Kota Metro
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2714/In.28/D.1/TL.01/11/2018, tanggal 29 November 2018 atas nama saudara:

Nama : SITI NUR JANAH
 NPM : 14119504
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KESBANGPOL Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO TIMUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 November 2018
 Wakil Dekan I,



[Handwritten Signature]
 Drs. H. M. Saieh MA
 NIP. 19650111 199303 1 0011



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2714/ln.28/D.1/TL.01/11/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **SITI NUR JANAH**
NPM : 14119504
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KESBANGPOL Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO TIMUR".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

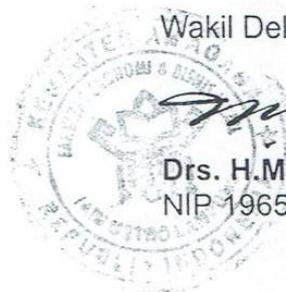
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/ir.stansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 29 November 2018

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 0014



KOESIONER

PENGARUH KUALITAS MASAKAN PADANG TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT 15A IRINGMULYO METRO TIMUR

1. Identitas Responden

1.	Nama	:
2.	Umur	:
3.	Jenis Kelamin	
	a. Perempuan	
	b. Laki-laki	
4.	Pekerjaan	
	a. Pelajar	
	b. Mahasiswa/i	
	c. Pegawai Negeri	
	d. Wiraswasta	
	e. Dan lainnya	
5.	Frekuensi Pembelian	
	a. Tiga Kali	
	b. Lebih dari tiga kali	

2. Petunjuk

Berikan pendapat anda tentang kualitas masakan padang yang diberikan rumah makan padang 15A Iringmulyo Metro Timur. Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang saudara pilih. Kriteria Penilaian :

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Pernyataan untuk variabel kualitas masakan padang

No	Daftar Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pemilik rumah makan memiliki kemampuan dalam mengola masakan padang yang disajikan sehingga rasanya berbeda dan enak					
2.	Anda setuju masakan padang yang diberikan terjamin kualitas dan kehalalannya					
3.	Apakah anda setuju harga yang diberikan oleh rumah makan padang sesuai dengan kualitas masakan yang diberikan					
4.	Apakah anda setuju rumah makan ini memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.					
5.	Karyawan rumah makan padang selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda					
6.	Apakah anda setuju karyawan rumah makan padang memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial					
7.	Saat anda membeli masakan padang, anda akan membeli rumah makan padang yang familiar (yang sering saya dengar)					
8.	Anda cenderung membeli masakan padang dari pada membeli masakan atau makanan lain					
9.	Anda setuju tempat yang ada dirumah makan padang 15A Iringmulyo bersih dan nyaman					
10.	Anda puas terhadap masakan padang 15A Iringmulyo, harga dan lokasi yang ditawarkan rumah makan padang					

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

A. PEDOMAN WAWANCARA

1. Wawancara Terhadap Lurah Iringmulyo Metro Timur
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya 15A Iringmulyo?
 - b. Berapa jumlah penduduk Iringmulyo saat ini?
 - c. Bagaimana kebijakan izin usaha rumah makan di Iringmulyo?
2. Wawancara Terhadap Pemilik Rumah Makan Padang 15A Iringmulyo Metro Timur
 - a. Berikan pendapat anda tentang apa itu kualitas masakan padang!
 - b. Bagaimana pendapat anda tentang kualitas masakan padang?
 - c. Masakan apa yang menjadi andalan dan pembeda di rumah makan padang anda?
 - d. Bagaimana anda mempertahankan rasa masakan yang menjadi andalan tersebut?
 - e. Berapa banyak orang yang menjadi pembeli di rumah makan dalam sehari?
 - f. Bagaimana cara anda menciptakan minat beli?
 - g. Apakah minat beli menjadi hal yang penting dalam perkembangan bisnis rumah makan padang dan berikan alasannya?

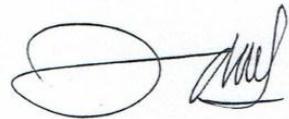
B. PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Dokumentasi sejarah dan denah lokasi kelurahan 15A Iringmulyo.
2. Dokumentasi tentang visi dan misi kelurahan 15A Iringmulyo.
3. Dokumentasi tentang struktur kepengurusan kelurahan 15A Iringmulyo.
4. Dokumentasi dengan pemilik rumah makan padang 15A Iringmulyo
5. Buku Fandi Tjiptono tentang pemasaran Strategik
6. Buku Ali Hasan Manajemen Bisnis Syari'ah

7. Buku Doni Juni Priansyah Perilaku Konsumen dalam persaingan dan bisnis kontemporer
8. Buku Fuadin dan Munir Hukum Dagang Internasional.

Metro, Selasa, 27 November 2018

Mahasiswa



Siti Nurjanah
NPM. 14119504

Mengetahui

Pembimbing 1



Drs. H. M. Saleh, MA
196501111993031001

Pembimbing 2



Zumaroh M.E.Sy
1979042220006042002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 29-10-18		riat dan ikuti pedoman penulisan out line karya tulis ilmiah.	
	Jum'at 02-11-2018		ACC outline, Cajangkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing I

Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 5-10-2018		cover diganti skripsi bukan proposisi lagi identifikasi masalah berbicara masalah dalam latar belakang masalah. lebih teliti pada penulisan skripsi pertanyaan masalah mengadi rumusan masalah karna ini penelitian kuan- titatif.	

Dosen Pembimbing I

Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs.

Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Sawantara-Campus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. 0720-47226, Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 12-11-18		Acc bab I, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	
	Rabu 14-11-18		<ul style="list-style-type: none">- lebih teliti dalam penulisan skripsi seperti jarak dan spasi dalam penulisan- setelah footnote jelaskan dengan bahasa sendiri- judul buku philip kotler terjemahan atau buku asli?	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Siti Nurjannah

NPM: 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Haji Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp: (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing Ij	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 15-11-18	✓	Acc bab II, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Zumaroh M.E.Sv
NIP: 1979042220006042002

Siti Nurjannah
NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 16-11-18		<ul style="list-style-type: none">- pemilik rumah makan sebagai responden.- penulisan skripsi sesuai dengan bahasa Indonesia yang baik dan benar.- tidak perlu menambah sub bab baru jika sudah ada pembahasan yang sama.- Dalam analisis data analisis yang digunakan analisis deskriptif kuantitatif. <p>berikutnya</p> <p>ACC Bab III, Lanjutkan konsultasi ke pembimbing I</p>	 

Dosen Pembimbing I

Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
 NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 23-11-18		<ul style="list-style-type: none"> - dalam wawancara dengan lurah Iningmulyo sertakan ttg kebijakan misal : izin usaha dll - buku " ttg teori kualitas masakan / makanan sertakan di dokumentasi - Judul (spasi - wawancara kepada Pemilik Rumah Makan berbicara ttg kualitas masakan / makanan 	

Dosen Pembimbing I

Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syahih.metrouniv.ac.id; e-mail: syahih.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 26-11-2018		ACC APP, lanjutkan Konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing I

Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs.

Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 23/11/ 2018		-huruf kapital untuk awalan bulan dan untuk singkatan -penelitian relevan nama, judul, fokus, fungsi, dan apa bedanya dengan penelitian yang sudah ada dengan penelitian anda.	
	Senin 27/11/ 2018	✓	Acce Out Line Acce Point I-III Acce APD Sampitkas untuk penelitian di Lampung	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 196501111993031001

Siti Nurjannah
NPM. 14119504

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
 NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kabu, 29/11 2018.	✓	<ul style="list-style-type: none"> - Penyajian judul tabel & gambar diperhatikan - Analisis & gelasan hasil perhitungan (oleh SPSS nya) - Perhatikan batas atas - kanan - bawah 	2f
	18/12	✓	<ul style="list-style-type: none"> - Penyajian data yang di ramu kembali - belum tampak penyajian data penelitian, masih seperti contoh? di metopen. - penelitian ini kuantitatif jadi basis datanya 	2f

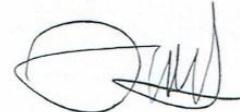
Dosen Pembimbing I



Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs,



Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21/18 /12	✓	<p>kurangnya dari anket bukan wawancara - Setelah diperoleh hasil pengumpulan baru dianalisis deskriptif</p> <p>- Penamaan gambar jangan tertukar dgn tabel - Layout diperhatikan - Analisis, ada hasil yg berbeda dgn data awal di LBM, berikan alasan terkait hal tersebut</p>	<p>if</p> <p>if</p>

Dosen Pembimbing I

Zumaroh M.E.Sy

NIP: 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/1 2019	✓	ACC bab IV dan V, Lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing I

Zumaroh M.E.Sy

NIP. 1979042220006042002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurjannah

NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 7/01/ 2019	✓	Bab IV - ✓ Perbaiki penulisan kata-kata yg masih simpl. ✓ Perbaiki catatan kaki yg kurang tepat, misal ke dalam paragraf. ✓ Perbaiki analisis nya	
	Rabu 09/01/ 2019	✓	Bab V. ✓ Perbaiki penulisan kesimpulannya. ✓ Kesimpulan adalah jawaban atas per- tanyaan penelitian. ✓ Ake Bab IV dan V	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 196501111993031001

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurjannah
NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah
NPM : 14119504

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 10/01/ 2019.	✓	✓ Aca untuk Mune- gopah. Sangkai selanj pangkal atas ite bel di atas	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 196501111993031001

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurjannah
NPM. 14119504



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
METRO Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-97/In.28/S/OT.01/01/2019

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Siti Nur Janah
NPM : 14119504
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14119504.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Januari 2019
Kepala Perpustakaan



DOKUMENTASI

Wawancara dengan salah satu pemilik Rumah Makan Padang



Foto bersama dengan karyawan rumah makan padang



Foto dengan pemilik rumah makan padang 15A Iringmulyo Metro Timur.





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Siti Nurjannah di lahirkan di desa purwosari Kecamatan Padang Ratu Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 28 November 1995 dari pasangan Bapak Samin dan Ibu Sumiati. Ia adalah anak ketiga dari empat saudara.

Pendidikan pertama ditempuh pada tahun 2002 di SDN 02 Purwosari Kec. Padang Ratu Kab. Lampung Tengah lulus pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan Sekolah Madrasah Tsanawiyah di MTs Roudlotul Huda Purwosari Kec. Padang Ratu Kab. Lampung Tengah lulus pada tahun 2011. Di saat menempuh pendidikan MTs ia juga menempuh pendidikan Pesantren di pondok pesantren Roudlotus Sholihin dimana pendidikan formal dan pendidikan pesantren dibawah naungan lembaga yang sama. Setelah lulus di sekolah MTs melanjutkan Sekolah Menengah Atas di desa kelahirannya juga yaitu MA Roudlotul Huda Purwosari Kec. Padang ratu Kab. Lampung Tengah lulus pada tahun 2014.

Setelah lulus dari Sekolah Menengah Atas ia baru keluar dari desa kelahirannya dan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi pada tahun 2014 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Kota Metro Lampung hingga saat ini.