

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN
SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI MODERATING
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus Waroeng Deso Reban Batang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

KHOIROTU SOVIYANA
NIM : 4119210

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN
SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI MODERATING
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus Waroeng Deso Reban Batang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

KHOIROTU SOVIYANA
NIM : 4119210

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khoirotu Soviyana
NIM : 4119210
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Sertifikasi Halal sebagai Moderating terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Waroeng Deso Reban Batang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya

Pekalongan, 25 September 2023

Yang Menyatakan,



Khoirotu Soviyana

NOTA PEMBIMBING

Hj. Rinda Asytuti, M.Si.

Jl. K.H. Zaenal Arifin 33 Panggung Tegal

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Khoirotu Soviyana

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Khoirotu Soviyana**

NIM : **4119210**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Sertifikasi Halal sebagai Moderating terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Waroeng Deso Reban Batang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 30 Oktober 2023

Pembimbing



Hj. Rinda Asytuti, M.Si.
NIP. 197712062005012002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : **Khoirotu Soviyana**
NIM : **4119210**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk Lokasi dan Sertifikasi Halal Sebagai Moderating Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Waroeng Deso Reban)**

Dosen Pembimbing : **Hj. Rinda Asytuti, M.S.I.**

Telah diujikan pada hari Senin, 30 Oktober 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

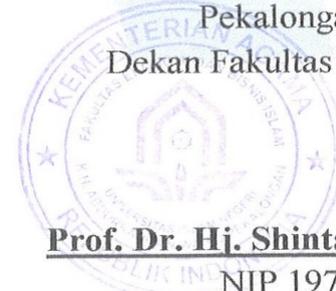

Siti Aminah Caniago, M.S.I.
NIP 196809072006042001

Penguji II


M. Taufiq Abadi, M.M.
NIP 199108282019031007

Pekalongan, 30 Oktober 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP 197502201999032001

MOTTO

“Tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat,
asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha.
Proses orang berbeda-beda.”

“Jangan biarkan kesulitan membuat dirimu gelisah, karena bagaimanapun juga
hanya di malam yang paling gelap bintang-bintang tampak bersinar lebih terang”.
(Ali Bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia Pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini.

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Warmad dan Ibu Suamah yang telah membesarkan dengan tulus dan penuh kasih sayang, yang selalu memberikan motivasi, doa dan membiayai penuh selama penulis menempuh Pendidikan hingga dapat menyelesaikan Pendidikan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Adik saya Farkhan Fadhli Firdaus yang selalu mendukung dan membantu saya dalam mengerjakan Skripsi ini.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Ibu Hj Rinda Asytuti, M. Si selaku dosen pembimbing Skripsi serta sekaligus menjadi dosen Penasehat Akademik yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Mas singgih dan kak Nurul selaku owner Waroeng Deso yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di Waroeng Deso tersebut
6. Konsumen Waroeng Deso yang telah membantu dan bersedia menjadi responden pada penelitian ini
7. Teman-teman kuliah saya Arum Candra Sari, Arina Sabila dan Istiana Musfiro yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

KHOIROTU SOVIYANA. Pengaruh kualitas produk lokasi dan sertifikasi halal sebagai moderating terhadap minat beli konsumen

Dalam persaingan pasar bisnis kuliner yang semakin kompetitif, mulai bermunculan wirausahawan yang pada akhirnya menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Karena ketatnya persaingan antar pengusaha kuliner, konsumen kini memiliki pilihan yang lebih beragam sehingga mendorong mereka untuk mengubah preferensinya. Karena keadaan ini, akan ada persaingan yang ketat antar restoran dalam segala hal mulai dari kualitas produk, lokasi hingga kehalal produk tersebut.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan bantuan SPSS 24.0

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas produk mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, apakah lokasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, dan apakah sertifikasi halal berhasil memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen dan apakah sertifikasi halal berhasil memoderasi pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, Lokasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, sertifikasi berhasil memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen, sertifikasi berhasil memoderasi pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : *Kualitas produk, Lokasi, Sertifikasi halal*

ABSTRACT

KHOIROTU SOVIYANA. The Influence of Product Quality, Location and Halal Certification as Moderating Influence on Consumer Purchase Interest (Case Study of Waroeng Deso Reban Batang)

In the increasingly competitive culinary business market, entrepreneurs are starting to emerge which in turn gives rise to increasingly fierce competition. Due to intense competition between culinary entrepreneurs, consumers now have more diverse choices, which encourages them to change their preferences. Due to this situation, there will be intense competition between restaurants in everything from product quality, location to the halalness of the product.

This research is a type of quantitative research. The data collection method used was a questionnaire method with a sample of 96 respondents. The sampling technique uses a purposive sampling method. This research uses the path analysis method with the help of SPSS 24.0

The purpose of this research is to find out whether product quality has a significant positive influence on consumer buying interest, whether location has a significant positive influence on consumer buying interest, and whether halal certification is successful in moderating the influence of product quality on consumer buying interest and whether halal certification is successful in moderating the influence of location on consumer buying interest.

The research results show that product quality has a significant positive influence on consumer buying interest, location has a significant positive influence on consumer buying interest, certification is successful in moderating the influence of product quality on consumer buying interest, certification is successful in moderating the influence of location on consumer buying interest.

Keywords: Product quality, location, halal certification

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Happy Sista Devi, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Ibu hj Rinda Asytuti, M. Si selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus selaku dosen Penasehat Akademik yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini

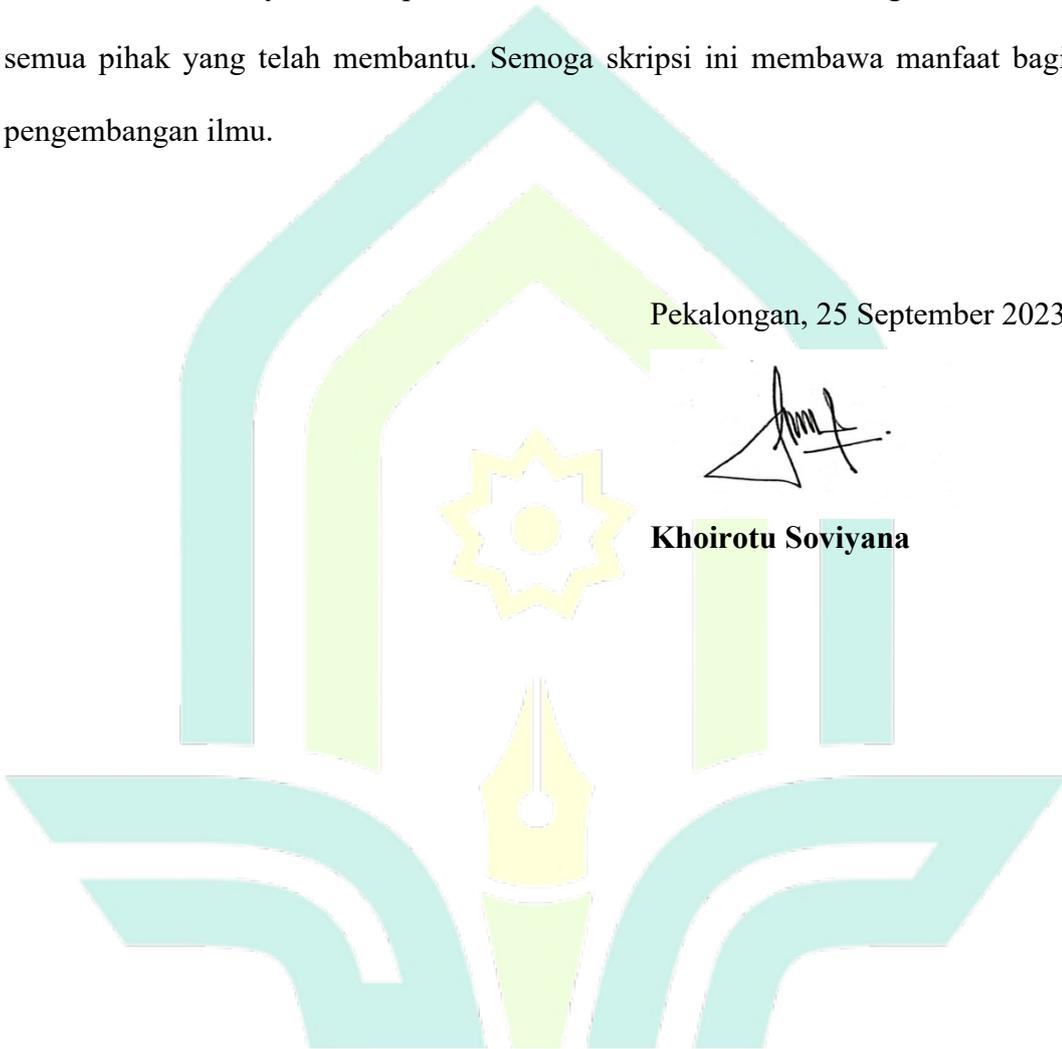
7. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
8. Sahabat – sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 25 September 2023



Khoirotu Soviyana



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori	13
B. Telaah Pustaka.....	21
C. Kerangka Berpikir	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Pendekatan Penelitian.....	30
C. Setting Penelitian.....	31
D. Populasi dan Sampel	31
E. Variabel Penelitian	33

F. Sumber Data	35
G. Teknik Pengumpulan Data	35
H. Metode Analisis Data	37
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	44
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
C. Hasil Penelitian.....	48
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP.....	68
A. Simpulan.....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	I
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Responden penelitian.....	IV
Lampiran 3 Data Uji Validitas.....	IV
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	VIII
Lampiran 5 Data Penelitian	XI
Lampiran 6 Analisis Deskriptif.....	XXII
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	XXIII
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	XXIV
Lampiran 9 Hasil Uji Heterokedastisitas	XXV
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linear.....	XXVI
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi.....	XXVII
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian.....	XXXII
Lampiran 13 Surat Telah Melakukan Penelitian.....	XXXIII
Lampiran 14 Dokumentasi.....	XXXIV
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup	XXXVI

TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf an dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

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

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
... وُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh: كَتَبَ - kataba كَيْفَ - kaifa
 فَعَلَ - fa'ala هَوْلَ - haula
 سَأَلَ - su'ila

C. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh: قَالَ - qāla قِيلَ - qīla
رَمِيَ - ramā يُقُولُ - yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl
- rauḍatulafāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah
- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ - talḥah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: نَزَّلَ - nazzala
الْبِرِّ - al-birr

F. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang

yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf “1” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh: الرَّجُلُ - ar-rajulu الْقَلَمُ - al-qalamu
الشَّمْسُ - asy-syamsu الْجَلَالُ - al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun, hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Sementara hamzah itu terletak diawal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: تَأْخُذُ - ta'khuẓū شَيْءٌ - syai'un
النَّوْءُ - an-nau'u إِنَّ - inna

H. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn
Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

I. Huruf kapital

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

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillahirabbil al-‘ālamīn
	Alhamdulillahirabbilil ‘ālamīn
الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ	Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ	Allāhu gafūrun rahīm
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amrujamī’an
	Lillāhil-amrujamī’an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Telaah Pustaka	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2	Perumusan skala likert	36
Tabel 4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kuesioner Lokasi	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kuesioner Sertifikasi Halal	49
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kuesioner Minat Beli	50
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.8	Hasil Analisis Statistik Deskriptifn.....	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikoleniaritas.....	54
Tabel 4.11	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.14	Hasil Analisis Moderated Regression Analysis Moderat X ₁	58
Tabel 4.15	Hasil Analisis Moderated Regression Analysis Moderat X ₂	58

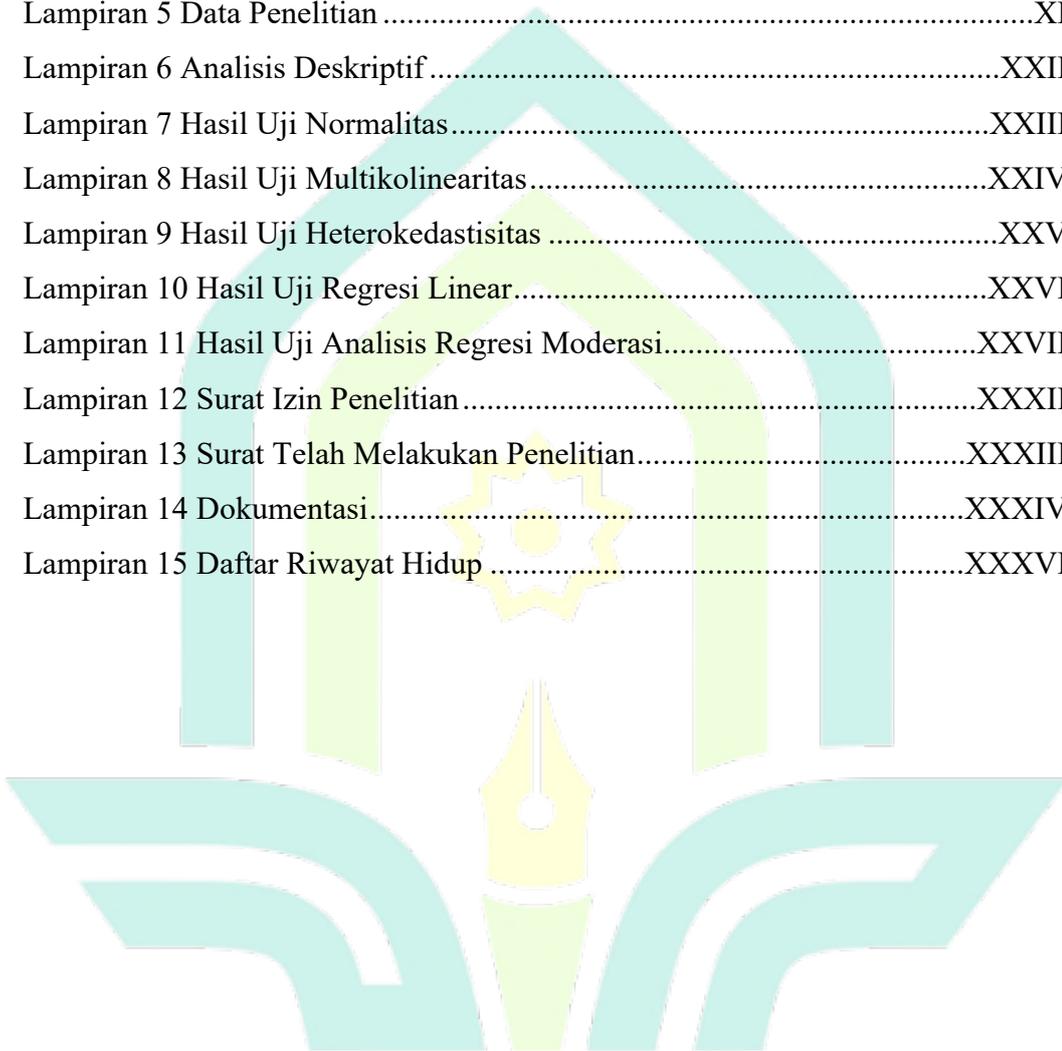
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 media sosial Waroeng Deso	7
Gambar 1.2 lokasi Waroeng Deso	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Responden penelitian.....	IV
Lampiran 3 Data Uji Validitas.....	IV
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	VIII
Lampiran 5 Data Penelitian	XI
Lampiran 6 Analisis Deskriptif	XXII
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	XXIII
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	XXIV
Lampiran 9 Hasil Uji Heterokedastisitas	XXV
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linear.....	XXVI
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi.....	XXVII
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian	XXXII
Lampiran 13 Surat Telah Melakukan Penelitian.....	XXXIII
Lampiran 14 Dokumentasi.....	XXXIV
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup	XXXVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pangan (kuliner) merupakan salah satu sektor industri yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi dan masih mempunyai ruang ekspansi yang cukup besar. Restoran atau tempat makan merupakan istilah yang sering dipakai guna menyebut usaha ekonomi yang menyuguhkan menu dan menyediakan tempat makan buat masyarakat. Jika memperhatikan jumlah usaha restoran lokal, peningkatan jumlahnya sangat signifikan. Banyak orang membuka restoran. Ada berbagai macam strategi yang dilakukan para pengusaha restoran, misalnya restoran padang, *frozen food*, makanan cepat saji dan masih banyak pilihan lain yang sedang mereka jajaki. Kunci sukses dalam meluncurkan bisnis makanan atau kuliner adalah para pengusaha makanan harus memaksimalkan berbagai cita rasa khas pada setiap makanan yang dibuatnya, sehingga restoran tersebut memiliki keunggulan tersendiri sehingga menarik bagi konsumen (A Mulyani, 2019).

Menu makanan saat ini yang banyak diminati konsumen bukan hanya sekedar makanan yang mengandung nutrisi yang baik saja, namun sebagian besar konsumen mengutamakan viralitasnya, seringkali konsumen akan mencoba makanan-makanan aneh untuk kebutuhan media sosialnya. Industri kuliner ini memberikan keuntungan bagi beberapa pelaku usaha. Namun, sejumlah pengusaha kuliner gulung tikar atau bangkrut karena taktik pemasaran yang buruk dan pelayanan pelanggan yang di bawah standar.

Penerapan rencana pemasaran terbaik dan koneksi konsumen yang positif menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis kuliner bertahan dalam persaingan.

Apabila suatu restoran dapat memenuhi permintaan, keinginan dan selera pelanggannya, maka akan terjalin hubungan yang baik. Selain itu, manajemen dapat menggunakan kepuasan pelanggan sebagai sumber data yang dapat diandalkan untuk meningkatkan layanan. Produk yang higienis dan menggugah selera, disertai dengan pelayanan yang berkualitas ialah salah satu langkah yang dapat dilakukan guna memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan. Ada salah satu cara yang dapat diimplementasikan guna meluncurkan bisnis restoran dengan memikirkan berbagai ide kreatif dan memaksimalkan segala bentuk rasa pada setiap makanan, sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan hal tersebut. Hal ini meningkatkan kecenderungan seseorang untuk makan di luar rumah karena lebih praktis dan ekonomis.

Saat ini para pelaku usaha juga harus meng-*update* media sosialnya, sehingga banyak konsumen yang mengetahui bisnisnya melalui media sosial yang ada. Apalagi bagi para ibu rumah tangga yang memilih menjadi wanita karir yang sibuk dengan pekerjaannya, pada kesempatan kali ini para pelaku usaha juga bisa menerapkan konsep masakan siap saji yang diperuntukkan bagi setiap orang yang tidak sempat memasak di rumah karena kesibukan. Hal ini mungkin berdampak pada keinginan konsumen terhadap makanan sehat dengan harga terjangkau.

Dalam persaingan pasar bisnis kuliner yang semakin kompetitif, mulai bermunculan wirausahawan yang pada akhirnya menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Karena ketatnya persaingan antar pengusaha kuliner, konsumen kini memiliki pilihan yang lebih beragam sehingga mendorong mereka untuk mengubah preferensinya. Karena keadaan ini, akan ada persaingan yang ketat antar restoran dalam segala hal mulai dari harga, kualitas produk, hingga lokasi fisik.

Pengusaha di industri makanan perlu menyadari bahwa karena setiap konsumen memiliki serangkaian preferensi dan perilaku yang unik, kecil kemungkinan salah satu dari elemen tersebut akan berdampak signifikan terhadap minat beli konsumen dalam melakukan pembelian. Semakin berkembangnya teknologi, pesan antar makanan menjadi salah satu layanan yang banyak digemari. Layanan ini tidak hanya memudahkan akses pelanggan tetapi juga membantu mendongkrak penjualan bisnis atau restoran. Mayoritas masyarakat modern saat ini, terutama remaja, lebih memilih memesan makanan secara online, diantar ke rumah, lalu menikmatinya di sana karena lebih mudah dan nyaman.

Kota Kabupaten Batang merupakan salah satu tempat yang menyediakan tempat makan yang menyajikan berbagai macam masakan. Setiap restoran berusaha untuk menyediakan makanan dan layanan terbaik kepada pelanggannya. Delivery Order mengkomunikasikan pesanan makanan melalui internet untuk mengantarkan makanan. Meskipun sebagian besar orang menganggap layanan ini sangat berguna dan nyaman untuk memesan

makanan, namun terkadang layanan ini merugikan beberapa pihak karena informasi pemesanan yang diberikan masih dapat dengan mudah diperoleh oleh pihak lain sehingga melanggar privasi kami.

Tabel 1.1 Data Rumah Makan/Restoran menurut kota di provinsi Jawa Tengah, pada tahun 2012-2022

Kota	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Magelang	91	54	57	54	54	54
Surakarta	317	674	755	1007	727	165
Salatiga	20	56	57	11	11	12
Semarang	236	276	232	160	224	211
Pekalongan	100	127	132	120	120	120
Tegal	26	59	-	10	10	64
Batang	65	26	26	-	40	39

Bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri makanan, kesulitan ini memberikan peluang tersendiri. Keberhasilan bisnis dapat bergantung pada beberapa hal terkait lokasinya. Kualitas produk merupakan salahsatu faktor yang sangat memengaruhi tertarik atau tidaknya konsumen untuk membelinya. Untuk sukses di perusahaannya, ia harus menampilkan produk terbaik dan mampu memuaskan selera pelanggan yang terus berkembang. Pelanggan mengantisipasi bahwa barang yang mereka beli akan memenuhi kebutuha nmereka dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka dengan kualitas tinggi dan memenuhi harapan.

Penyajian makanan yang disajikan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penglihatan. Indra penglihatan sangat peka terhadap

warna, bentuk, tekstur, penyajian dan ukuran makanan yang disajikan, serta warna, rasa dan ukuran porsi makanan tersebut. Kemampuan membuat pelanggan mengapresiasi makanan yang disediakan sangat dipengaruhi oleh kombinasi warna yang menarik, tekstur yang lezat, bentuk makanan yang bervariasi, penyajian makanan yang baik, dan jumlah yang ditawarkan dalam jumlah besar. Warna, bentuk, tekstur, ukuran porsi dan penyajian merupakan aspek penampilan makanan. Meski terkadang rasanya kurang enak (Fauziah, 2019).

Selain kualitas produk, karena kemudahan pelanggan memperoleh layanan, lokasi juga mempengaruhi keberhasilan layanan. Bagi perusahaan makanan, pemilihan lokasi yang salah bisa berakibat fatal. Memilih lokasi yang tepat merupakan langkah penting bagi pengusaha. Karena lokasi yang strategis akan meningkatkan daya tarik dan minat membeli konsumen, terutama jika memiliki fasilitas parkir yang luas dan lokasi yang gampang dijangkau, hal ini menjadifaktor yang mendorong konsumen untuk membeli kembali produk tersebut. (Budiman, 2021).

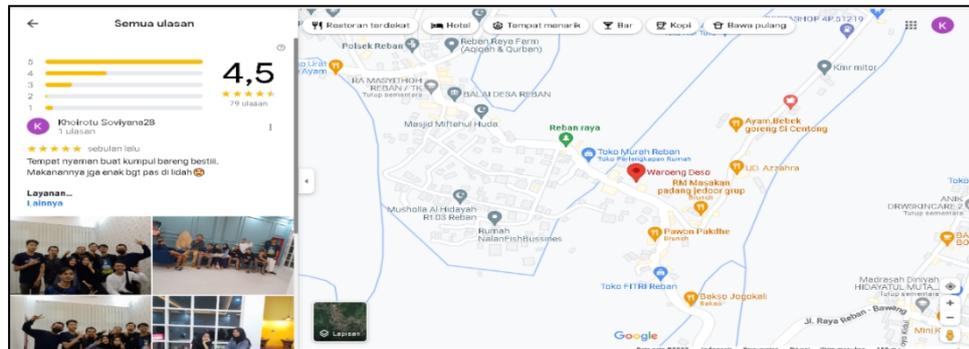
Sertifikasi halal dapat menjamin masyarakat dapat memilih pangan yang sesuai dengan dirinya dan sesuai dengan agamanya. Sebelum mendapatkan sertifikasi halal, pangan melalui proses yang memenuhi pedoman kesehatan dan keselamatan yang ketat. Sesuai dengan yang tertulis dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 168, prinsip dasar dalam proses sertifikasi halal yaitu yang halal itu baik dan bermanfaat. Sebagai umat Islam, kita ingin apapun yang kita makan, menurut hukum Islam, dianggap

sah dan memberikan manfaat pula bagi mereka. Halal berarti produk kami berkualitas tinggi, aman dan merupakan isu penting yang timbul dari praktik dan prinsip agama Islam. yang menyatakan bahwa itu harus layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat Islam. Yang dapat menjamin keamanan suatu produk guna dikonsumsi oleh umat Islam disebut dengan Sertifikasi Halal. (Aditya, 2022).

Pengaruh positif dan material dapat mempengaruhi niat pembelian konsumen. Terlihat bahwa kualitas produk seperti keandalan, fungsi, kesesuaian, dan kualitas pengalaman berpengaruh terhadap niat pembelian. Selain itu lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap variable terikat yaitu kemauan membeli konsumen. Kurangnya pengaruh variabel lokasi seperti kenyamanan, kedekatan dengan rumah, keamanan, dan kecukupan tempat parkir menunjukkan adanya kemauan membeli seseorang (Aditi, 2019).

Restoran Waroeng Deso merupakan salah satu rumah makan atau rumah makan yang paling sering dikunjungi warga Batang. Warga sekitar dan pengunjung Batang, yakni Kecamatan Reban tak henti-hentinya memuji makanan di Waroeng Deso. Restoran Waroeng Deso menawarkan berbagai pilihan makanan untuk memenuhi selera pelanggan, antara lain Ayam crispy doer , *chicken steak* , Ikan Sambal Gami, Rawon, dan lain-lain, dengan harga terjangkau sepadan dengan kualitas barang. Makanan yang menjadi menu favorit di restoran Waroeng Deso adalah ayam sambal gami yang menjadi

favorit para pelanggan. Restoran Waroeng Deso merupakan salah satu restoran yang berkembang pesat di desa Reban.



Gambar 1.1 Media sosial Waroeng Deso

Lokasi restoran Waroeng Deso sangat mendukung dan strategis, terletak di pinggir jalan utama yang ramai, dekat dengan supermarket dan masjid. Restoran Waroeng Deso ini juga memiliki *layanan delivery order* untuk wilayah Reban dan sekitarnya atau bisa saya pesan melalui aplikasi Grabfood. Restoran Waroeng Deso saat ini menerima pesanan melalui telepon, pesanan makan di tempat dan pesanan tertulis. Anda bisa langsung memilih menu untuk diantar ke rumah pelanggan dan membayarnya setelah Anda selesai makan. Untuk pemesanan melalui telepon, hubungi nomor telepon delivery order Waroeng Deso dan berikan nama serta alamat pengiriman Anda. Perwakilan layanan pelanggan kemudian akan memberi Anda pilihan produk untuk dijual, meminta Anda memilih item menu, mengonfirmasi pesanan, dan melakukan pembayaran. Hal ini dapat dilakukan baik melalui transfer maupun saat pesanan sudah sampai di alamat (*cash and delivery customer*).

Kedua layanan pemesanan tersebut dicatat secara manual. Pesanan telepon meningkat pada waktu makansiang, biasanya antara pukul 12:00 dan 14:00. Saat ini pihak manajemen restoran Waroeng Deso sedang mencoba mengembangkan penjualannya secara online. Selain itu, Waroeng Deso juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas antara lain toilet, musala, ruang pertemuan dan aula di lantai dua yang cukup luas dan dilengkapi dengan ruangan ber-AC.



Gambar 1.2 Lokasi Waroeng Deso

Dengan adanya relokasi rumah makan tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, sehingga banyak konsumen dari masyarakat setempat yang penasaran dengan tempat barunya dan dengan berbagai macam produknya. Dengan adanya sertifikasi halal tersebut menjadikan masyarakat yang masuk lebih yakin dengan kualitas kehalalannya.

Peneliti termotivasi untuk meneliti penelitian tersebut dengan mengangkat beberapa variabel yaitu variabel kualitas produk, lokasi dan sertifikasi halal sebagai variabel moderating. Peneliti tertarik dengan mengangkat penelitian di Waroeng Deso kec. Reban Kabupaten Batang.

Berdasarkan uraian diatas, untuk membuktikan teori di tengah kesenjangan yang ada maka penulis mengambil judul penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI MODERATING MINAT BELI KONSUMEN” (Studi Kasus Waroeng Deso Reban Batang).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso yang dimoderatori oleh sertifikasi halal?
4. Apakah letak lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso yang dimoderatori oleh sertifikasi halal?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dan manfaat yang dapat diberikan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso
2. Menguji dan menganalisis pengaruh letak lokasi terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso

3. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso yang dimoderatori oleh sertifikasi halal
4. Menguji dan menganalisis pengaruh letak lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Waroeng Deso yang dimoderatori oleh sertifikasi halal

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa didapat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Semoga dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen melalui kualitas produk, lokasi dan sertifikasi halal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan atau pengelola

Manfaat yang bagi pengelola Waroeng Deso yaitu untuk membantu merumuskan strategi pemasaran langkah demi langkah yang menargetkan minat beli dan upaya peningkatan pembelian.

b. Bagi peneliti

Manfaat penelitian ini untuk penelitian dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi untuk penelitian – penelitian di bidang pemasaran.

c. Bagi peneliti lain

Kegunaan penelitian dari penelitian ini dapat menjadi sumber utama atau referensi dasar untuk informasi tertentu sesuai dengan kebutuhan peneliti lain yang ingin melakukan penelitian, terutama yang berfokus pada minat beli konsumen.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan penyusunan penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama merupakan bab pendahuluan yang berisi mengenai pemaparan latar belakang permasalahan penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua berisikan uraian tentang kajian teori yang berkaitan dengan variabel, telaah Pustaka, kerangka berpikir dan juga hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

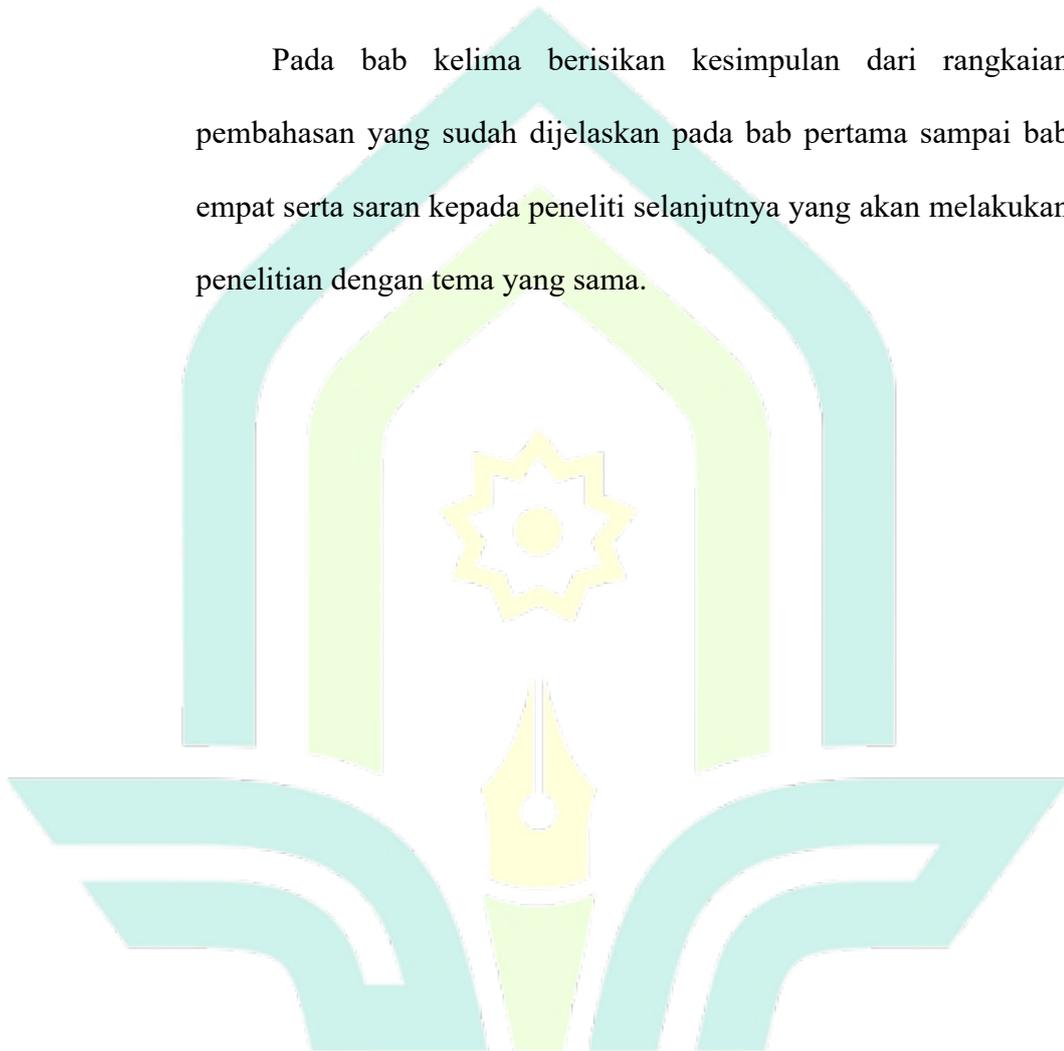
Pada bab ketiga memberikan penjelasan secara rinci terkait metode yang digunakan dalam penelitian oleh peneliti diantaranya yaitu jenis penelitian, setting penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat menjelaskan tentang proses pengolahan data dan juga pembahasan yang dimana pada bab empat ini berisi pemaparan data serta hasil yang didapatkan pada penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab kelima berisikan kesimpulan dari rangkaian pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab pertama sampai bab empat serta saran kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, lokasi dan sertifikasi halal sebagai moderator terhadap minat beli konsumen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian Kualitas produk mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen Waroeng Deso
2. Berdasarkan hasil penelitian Lokasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen Waroeng Deso
3. Berdasarkan hasil penelitian Sertifikasi berhasil memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Waroeng Deso
4. Berdasarkan hasil penelitian Sertifikasi berhasil memoderasi pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen Wroeng deso.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk Waroeng Deso Batang

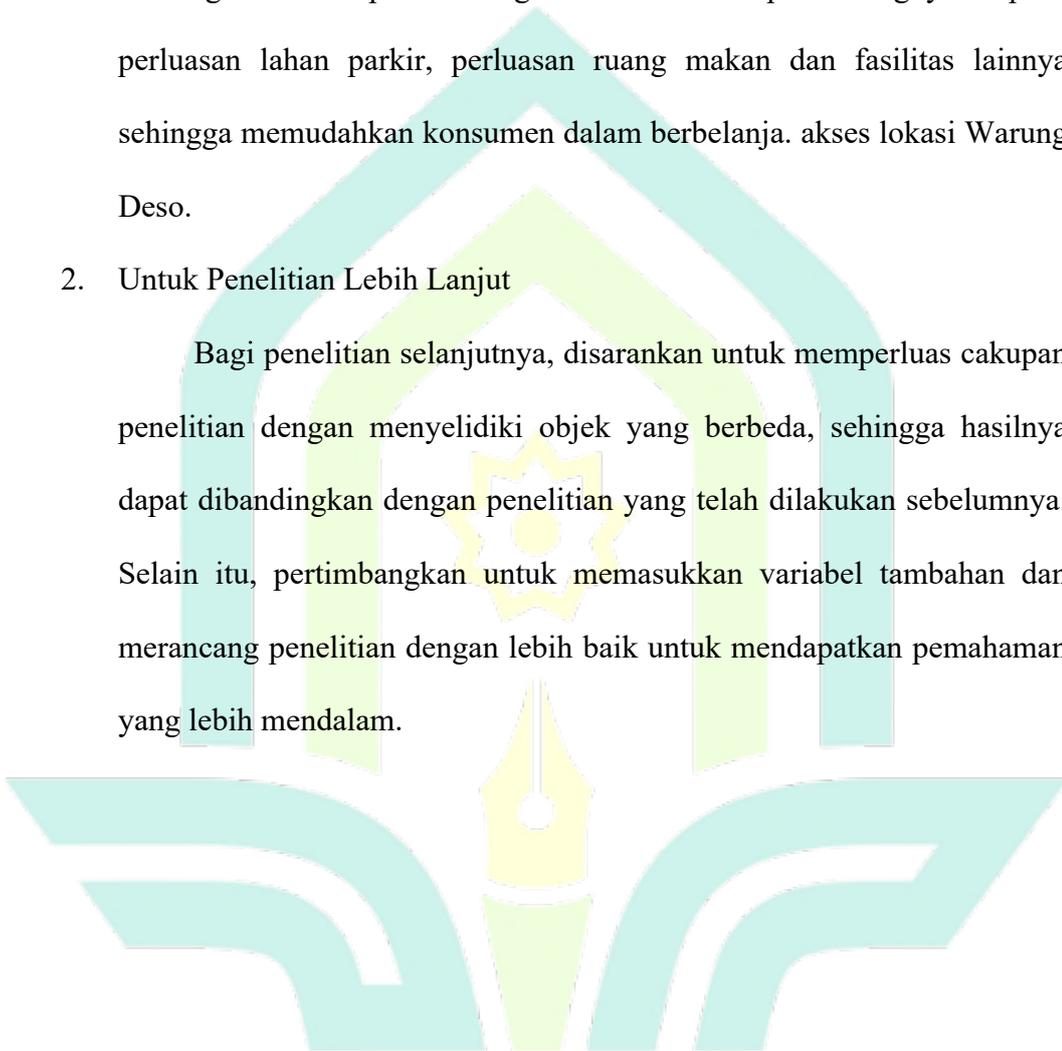
Kualitas produk mempunyai pengaruh positif yang kuat terhadap minat beli, apalagi jika didukung dengan sertifikasi halal, sehingga Waroeng Deso Batang diharapkan selalu meningkatkan kualitas produk

yang bersertifikat halal, hal ini dapat dicapai mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas dan proses memasak yang higienis. .

Lokasi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli yang diperkuat dengan sertifikasi halal, sehingga diharapkan Warung Deso dapat meningkatkan fasilitas pendukungnya seperti perluasan lahan parkir, perluasan ruang makan dan fasilitas lainnya sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja. akses lokasi Warung Deso.

2. Untuk Penelitian Lebih Lanjut

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menyelidiki objek yang berbeda, sehingga hasilnya dapat dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, pertimbangkan untuk memasukkan variabel tambahan dan merancang penelitian dengan lebih baik untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. (2017). *Analisis Inovasi Produk, Harga, dan Sertifikasi Halal Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen di Kota Medan*. <https://osf.io/ym4fz/download>
- Aditya, T. (2022). *Pengaruh Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Produk Makanan Halal (Studi pada Siswa*. <http://repository.radenintan.ac.id/18011/>
- Budiman, T. (2021). *Pengaruh, Kepercayaan Konsumen dan Selera terhadap Beli di Restoran CV. Tan Syahabi Palembang*. <http://repository.univ-tridinanti.ac.id/id/eprint/4250>
- Fauziah, F. (2019). *Analysis of Factors that Influence Interest in Buying Halal Packaged Food Products MUI Labels in Surakarta City*. <https://digilib.uns.ac.id/document/detail/77290/Analysis-Faktor-Faktor-yang-Meminfluenced-Minat-Beli-Produk-Makanan-Kemasan-Halal-Berlabel-Mui-di-Kota-Surakarta>
- Halim, N., (JRMB), DI-JRM and B., & 2019, undefined. (2019). The Influence Quality, Price and Competition on Purchase Intention. *Core.Ac.Uk*, 4 (3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Ibrahim, M., Penelitian, ST-J., & 2019, tidak terdefinisi. (nd). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Download.Garuda.Kemdikbud.Go.Id* . Diakses 10 Desember 2022, dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=915089&val=10544&title>
- Iswayanti, I., & Dwiyanto, B. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas, Harga, dan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Soto Angkring Mas Boed” di* <http://eprints.undip.ac.id/23470/>
- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (sampel halaman gratis)*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=tU11BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT26&dq=data+research+secondary&ots=Feq7CxX40a&sig=hh2ZwcNi0SwyEONdb04eWQP-upo>
- Metode Kuantitatif - Dr. E. Caroline, SE., M.Si - Google Books* . (nd). Diakses tanggal 28 Desember 2022, dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Nt62DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=method+quantitative&ots=Dzcs00UyP6&sig=o0MXjNy7jfv1hYxHO1eEmpHHWI&redir_esc=y#v=satu+halaman&q=metode+kuantitatif&f=salah
- Metodologi Penelitian Pendidikan (Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran) - Iwan Hermawan, S.Ag., M.Pd.I - Google Books* . (nd). Diakses tanggal 3

April 2022, dari [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Vja4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=pengertian+method+quantitative&ots=XvFrh5T1nq&sig=8YwQDxDvm_bEnRBfeFnsTNteHt8&redir_esc=y#v=satu halaman&q=pemahaman metode kuantitatif&f=salah](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Vja4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=pengertian+method+quantitative&ots=XvFrh5T1nq&sig=8YwQDxDvm_bEnRBfeFnsTNteHt8&redir_esc=y#v=satu+halaman&q=pemahaman+metode+kuantitatif&f=salah)

- Rozalina, G., Sains, AL-BJ S., & 2022, tidak terdefinisi. (nd). Mengonsumsi Produk Kecantikan Berkelanjutan di Masa Pandemi: Menjaga Kesadaran Ekologis atau Mencegah Fenomena FOMO (Fear of Missing Out)? *Bjss.Ub.Ac.Id*. Diakses pada 9 Desember 2022, dari <https://bjss.ub.ac.id/index.php/bjss/article/view/31>
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian Perpustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan Sains. *Ilmu Pengetahuan Alam: Jurnal Penelitian Ilmu Pengetahuan Alam dan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam*, 6 (1), 41–53. <https://doi.org/10.15548/NSC.V6I1.1555>
- Taslim, V., Mahasiswa, CP-PR, & 2021, belum terdefinisi. (nd). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Di Palembang. *Jurnal.Mdp.Ac.Id*. Diakses tanggal 10 Desember 2022, dari <http://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm/article/download/864/264>
- Warto, W., dan, SS-AMJ IE, & 2020, tidak terdefinisi. (nd). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Terhadap Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Jurnal.Umt.Ac.Id* . <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Wulandari, R., (JRMB, DI-JRMDB, & 2018, undefinisi. (nd). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. *Core.Ac.Uk*. Diakses pada 12 Desember 2022, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/235155620.pdf>
- Dan, GM-BJIM, & 2020, tidak terdefinisi. (nd). Pentingnya uji asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan alometrik burung kenari muda). *Ojs3.Unpatti.Ac.Id* . Diakses pada 28 Februari 2023, dari <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/barekeng/article/view/1872>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* . <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=acpLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=test+validity&ots=IYp5WYfmU-&sig=iYL63bdslUuAdGYVIXM4cMAx94s>
- Faktor lokasi mempengaruhi niat membeli - Google Cendekia* (nd). Diakses pada 28 Februari 2023, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=location+factors+that+influence+interest+buying&btnG=

- Halim, N., (JRMB), DI-JRM dan B., & 2019, tidak terdefinisi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Niat Beli. *Inti.Ac.Uk* , 4 (3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Haniah, N. (2014). *Uji normalitas menggunakan metode Liliefors* . <https://www.academia.edu/download/37095635/uji-normalitas.NISRINA-HANIAH.pdf>
- Haryadi, R., Sunarsi, D., ...HE-J. (Jurnal, & 2022, undefinisi. (nd). Pengaruh Komunikasi dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Timur Jaya Selamat Cileungsi. Garuda.Kemdikbud.Go.Id. *Diakses* tanggal 28 Februari 2023, dari <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2737301>
- MS, M. (2020). *Buku Acuan Perilaku Konsumsi Produk Ramah Lingkungan: Perspektif Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), dan Theory of Consumer Behavior (TCV)* .
- Psikologi, SS-PJI, & 2020, belum terdefinisi. (nd). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Cendekiawan.Archive.Org* . Diakses pada 28 Februari 2023, dari <https://scholar.archive.org/work/6bu4avq5qfhxhonix6r7p7kqgm/access/wayback/http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/download/4870/pdf>
- Rizal, AS, Luh, N., Sayang Telagawathi, W., Yulianthini, NN, Endrawan, K., Putra, S., & Manajemen, J. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Merek Nike Di Futsal Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1 (2), 34–40. <https://doi.org/10.23887/PJMB.V1I2.23152>

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Khoirotu Soviyana
2. Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 24 Juli 2000
3. Alamat Rumah : Reban, Batang
4. Nomor Handphone : 0885-2125-79064
5. Email : sovianarasid28@gmail.com
6. Nama Ayah : Warmad
7. Pekerjaan Ayah : PNS
8. Nama Ibu : Suamah
9. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN Reban : Lulus Tahun 2012
2. MTS Al-Islam Limpung : Lulus Tahun 2015
3. MA NU 01 Limpung : Lulus Tahun 2018

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. PMII UIN Abdurrahman Wahid Pekalongan

Pekalongan, 25 September 2023



Khoirotu Soviyana