



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ayam Potong (Studi di Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan Kota Medan Sumatera Utara)

Anisa Widya Sari¹, Alim Murtani²

^{1,2} Universitas Potensi Utama, Sumatera Utara, Indonesia

Jl. Kl. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

Email: widyasaria27@gmail.com

Abstrak

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemahaman penyembelihan, harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah ayam potong syariah di kecamatan Medan Marelan Kota Medan Sumatera Utara. Hasil penelitian dengan 97 responden menunjukkan bahwa kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara pemahaman penyembelihan dan harga tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, semua variabel memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas produk dan lokasi sebagai faktor dominan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap penjual dan prioritas pada kualitas menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli ayam potong. Keputusan pembelian ayam potong oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, dengan kualitas produk dan lokasi menjadi faktor yang paling dominan. Meskipun pemahaman konsumen tentang proses penyembelihan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, konsumen cenderung tetap membeli ayam potong berdasarkan kepercayaan terhadap penjual dan prioritas terhadap kualitas produk. Serta konsumen cenderung membayar berapapun harganya jika kualitas ayam dianggap baik

Kata Kunci: Pemahaman Pembelian, Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Allah menyediakan di muka bumi dengan segala kebutuhan yang diperlukan manusia. Untuk melengkapi anugerah-Nya kepada manusia, Allah telah menurunkan tuntutan dan aturan-aturan agar hidup manusia lebih terarah dan bertujuan. Aturan walaupun di satu sisi bisa membatasi kebebasan, tetapi pada sisi lain sangat diperlukan justru untuk mewujudkan kebebasan itu sendiri agar manusia dapat mencapai

kesempurnaan. Apalagi ini adalah aturan yang berasal dari Allah selaku pencipta manusia, tentu Dia sangat mengerti segala apa yang dibutuhkan manusia. Setiap aturan Allah mengandung hikmah dan kebijaksanaan yang pada akhirnya manusia juga yang merasakan manfaatnya (Rohadi, 2010).

Dalam kitab suci Al-Quran kata halal dan haram dapat digunakan untuk berbagai macam persoalan dengan konsep yang berbeda-beda, termasuk dalam permasalahan makanan dan minuman. Secara bahasa, kata halal menurut sebagian pendapat berasal dari kata (al-halal) yang berarti sesuatu hal yang diperbolehkan menurut syariat Islam (Ali 2016).

Sebuah penelitian yang berjudul Konsep Halalan Thayyiban dalam Perspektif Islam yang ditulis oleh As'ad Umar. Dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana konsep atau kriteria dari makanan yang halal dan thayyib. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa makanan yang halal dan thayyib merupakan segala jenis makanan yang baik dan halal untuk dikonsumsi, baik dan tidak berbahaya bagi jiwa dan raga manusia, mengandung zat yang diperlukan oleh tubuh, serta dikonsumsi dalam takaran yang cukup dan tidak berlebihan. Sebuah makanan dapat dikatakan halal apabila terkandung tiga unsur didalamnya yaitu halal secara zatnya, halal dalam memperolehnya, dan halal proses pengolahannya (As'ad, 2014).

Mengonsumsi dan memakan makanan halal, terutama dalam konteks ayam potong, merupakan sebuah praktek yang mencerminkan kesadaran akan aspek keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Ayam potong tidak hanya menjadi pilihan kuliner, melainkan juga menjadi wujud dari komitmen personal terhadap prinsip-prinsip syariah dalam setiap tahap produksi dan konsumsi makanan halal. Umat Islam tidak seharusnya mengabaikan konsep halal haram dalam kehidupan terutama dari segi makanan. Perkara ini amat penting karena makanan yang halal mampu menjaga pemikiran muslim yang hakiki dan sempurna dari semua segi keperibadian manusia. Halal ini merupakan suatu definisi yang didasarkan pada kaidah hukum Islam. Halal adalah sesuatu yang dibolehkan dan diizinkan oleh syari'at untuk dilakukan (Alhalim 2022).

Dalam memasukkan ayam potong ke dalam pola makanan halal, konsumen tidak hanya memilih berdasarkan rasa dan kualitas gizi semata, tetapi juga sebagai bagian dari upaya untuk menjaga kebersihan, spiritual dan moral. Memahami seluk-beluk proses

penyembelihan ayam potong sesuai syariah, termasuk pengawasan yang ketat terhadap bahan baku dan metode produksi, menjadi langkah penting dalam menjamin kehalalan produk tersebut (Ridho, 2017).

Karena pentingnya makanan dan sembelihan bagi manusia, mengharuskan kita selalu memberikan perhatian penuh pada makanan dari sumber hewani yang akan kita konsumsi, terutama bagaimana proses penyembelihan dan pengolahannya. Allah menurunkan tuntutan dan aturan-aturan agar hidup manusia lebih terarah dan memiliki tujuan. Allah tidak menghendaki manusia berlaku seperti binatang, hidup sekedar hidup tidak mempunyai tujuan apapun selain memperturukkan insting-insting (Rohadi, 2010).

Keputusan konsumen untuk mengonsumsi ayam potong sesuai syariah sejalan dengan dukungan terhadap industri yang menegakkan nilai-nilai agama dan etika dalam produksi pangan. Dengan demikian, selain menjadi pemilih yang cerdas terkait keberlanjutan rantai pasok halal, konsumen juga turut berperan dalam mendukung pertumbuhan industri ayam potong syariah sebagai bagian integral dari gaya hidup yang menghormati prinsip-prinsip keagamaan. Rantai pasok halal adalah rangkaian proses mulai dari sumber pasokan sampai ke konsumen harus terjamin kehalalannya (Ma'rifat and Rahmawan 2018).

Industri ayam potong syariah telah menjadi fokus utama dalam industri pangan, terutama seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk. Konsep ayam potong syariah merujuk pada produk-produk ayam yang diproduksi dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah, mencakup seluruh rangkaian proses produksi, termasuk penyembelihan dan pemrosesan.

Minat yang tinggi dari konsumen terhadap ayam tentunya harus terjamin pula proses pemotongan ayam secara halal dan benar (syariah) untuk menghindari risiko yang berpotensi membahayakan bagi konsumen. Terdapat kecenderungan di mana beberapa rumah pemotongan ayam kadang-kadang mengabaikan persyaratan dan ketentuan yang seharusnya diperhatikan dalam proses penyembelihan ayam yang sebenarnya sudah menjadi rutinitas. Meski tidak semua rumah ayam potong, tetapi fenomena asal potong dengan cepat terkadang kerap terlihat (Pangestu 2017). Padahal penyembelihan yang benar sangat menentukan bagi konsumen dalam mengonsumsi ayam potong. Sementara itu,

pentingnya proses penyembelihan yang tepat sangatlah signifikan bagi konsumen dalam mengonsumsi produk ayam potong tersebut.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli ayam potong, konsumen juga menanyakan hal-hal yang mendukung yang mana itu akan membantu mereka untuk memutuskan membeli, seperti bagaimana harga yang ditetapkan penjual dan kualitas ayam yang diperjualbelikan. Ada beberapa indikator keputusan pembelian menurut (Kotler dan Armstrong, 2008 dalam Caroline dkk, 2022). Indikator keputusan pembelian mencakup, harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen, kesesuaian antara harga dengan kualitas, serta harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis.

Peneliti menggunakan faktor harga karena harga adalah hal yang paling umum yang dipertanyakan konsumen sebelum memutuskan pembelian. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa. Harga juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah. Sebaliknya, jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Philip Kotler dan Armstrong, 2001 dalam Maria, 2018). Apakah justru harga tersebut terjangkau bagi konsumen atau justru kemahalan untuk sebuah produk ayam potong.

Kualitas produk dan keputusan konsumen juga sangat berhubungan dalam kegiatan jual beli, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2018) bahwa mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor situasional yang berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam rangka menciptakan keputusan pembelian (Cynthia 2022). Menurut (Kasmir, 2016) lokasi adalah tempat beroperasi perusahaan dalam kegiatan untuk menghasilkan suatu keuntungan ekonomi terhadap barang atau jasa yang dijual. Banyaknya jasa rumah pemotongan ayam potong beredar disuatu daerah, juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana para konsumen melihat jarak lokasi tersebut apakah dekat dari rumah mereka atau jauh dari lokasi rumah mereka. Kebanyakan para konsumen memutuskan membeli dikarenakan lokasi tersebut strategis dan dekat dari rumah mereka.

Meningkatnya permintaan daging ayam diikuti dengan semakin maraknya kasus-kasus negatif menyangkut penjualan daging ayam. Fenomena penjualan ayam mati kemarin (tiren) beberapa tahun terakhir terjadi di beberapa daerah. Ayam tiren pada dasarnya adalah ayam bangkai yaitu ayam yang mati bukan karena disembelih pada saat masih hidup melainkan ayam yang sebelumnya telah mati kemudian sengaja disembelih untuk dijual di pasar (Luh Putu dkk, 2020).

Industri ayam potong syariah tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan produk halal, tetapi juga memberikan alternatif yang sesuai dengan preferensi nilai-nilai keagamaan dan kesehatan. Pemahaman konsumen yang lebih mendalam, harga, kualitas produk serta lokasi terhadap aspek-aspek ini memainkan peran kunci dalam membentuk keputusan pembelian, memberikan dorongan bagi industri untuk terus meningkatkan standar kualitas produk.

Pada penelitian yang akan peneliti kaji merujuk pada pemahaman konsumen mengenai pemahaman penyembelihan yang mereka ketahui apakah sesuai dengan prinsip syariah. Sehingga konsumen secara sadar memutuskan untuk membeli produk dan mengkonsumsi tanpa adanya tuntutan dan keharusan yang ada di sekelilingnya.

Penelitian Dina Nuraeni dengan judul, “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani” menemukan bahwa pengetahuan produk dan harga secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian hijab Rabbani, menekankan pentingnya informasi tentang produk dalam pengambilan keputusan pembelian. Alasan mengapa peneliti mengkaji tema yang mempunyai kemiripan variabel, karena pada penelitian sebelumnya objek yang diteliti adalah Hijab Rabbani yang dimana pengetahuan produk dan harga berpengaruh kepada keputusan pembelian (Dina 2020). Sejalan dengan penelitian yang akan peneliti kaji, peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana jika objek yang diteliti adalah produk makanan seperti ayam potong. Apakah justru pengetahuan atau pemahaman penyembelihan ayam potong dan harga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Alasan mengapa peneliti mengkaji dengan tema yang sesuai penelitian ini adalah ingin mengetahui lebih dalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ayam potong pada Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan, Sumatera Utara mengkaji dengan variabel bebas yang lain. Apakah faktor-faktor ini

berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian sebelumnya sebagian besar kuesioner tidak kembali dikarenakan para calon responden tidak mempunyai cukup waktu (Sholatiyah and Murtani 2019). Maka dari itu peneliti ingin mengkaji lebih dalam dengan beberapa responden yang memenuhi kriteria tertentu guna menyempurnakan kuesioner dengan variabel bebas yang telah ditentukan.

Kasus pemotongan unggas (ayam) yang beredar di rumah pemotongan ayam ataupun pasar tradisional konsumen yang berbelanja menyerahkan sepenuhnya kepada penjual, tanpa sedikitpun bertanya atau sekedar ingin mengetahui apakah yang menyembelih sudah memenuhi persyaratan sesuai syariah atau belum. Apakah si penjual membaca basmallah dalam melakukan penyembelihan tersebut ataukah memang sedari awal dalam penyembelihan tidak pernah membaca basmallah. Padahal seperti yang kita ketahui bahwa penyembelihan merupakan syarat halal yang memakan hewan darat (Pangestu 2017).

Tetapi yang menjadi permasalahan adalah apakah konsumen tersebut mengetahui bagaimana proses penyembelihan dan memahami bagaimana penyembelihan ayam potong yang akan mereka konsumsi, penetapan harga yang di tawarkan penjual apakah sesuai dengan kualitas yang diperjualbelikan serta melihat dari lokasi rumah pemotongan ayam sesuai syariah apakah cukup strategis menarik konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk membeli ayam potong.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ayam Potong (Studi di Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan, Sumatera Utara)”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (independen) mempengaruhi variabel yang lain (dependen).

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, yang dimana sumber data primer adalah hasil penyebaran kuisisioner kepada konsumen yang memutuskan membeli ayam potong di Rumah Ayam Potong Syariah dan sumber data sekunder adalah menggunakan studi pustaka, dokumentasi dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 300 konsumen yang membeli Ayam Potong di Rumah Ayam Potong Syariah dan untuk jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 97 responden yang diambil menggunakan rumus Lemeshow.

1. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya di bawah 0,03 maka item tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2016).

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda, pengujian ini menggunakan metode alpha. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,70$ (Imam Ghazali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan

Rumah Ayam Potong Syariah, yang bersertifikat halal sejak 2013, telah menjadi pilihan konsumen karena komitmennya terhadap kehalalan dan telah menyelenggarakan berbagai kegiatan edukasi, termasuk pelatihan pemotongan halal oleh Badan Koordinasi Remaja Masjid setempat (Hermawan, Komunikasi Pribadi 15 Maret, 2024). Rumah Ayam Potong Syariah ini berlokasi strategis di Jalan Marelan Raya Pasar 5, Rengas Pulau,

Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan, Sumatera Utara, sebuah area yang dikenal sebagai pusat perdagangan dan mudah dijangkau oleh masyarakat lokal maupun dari luar daerah. Terletak di jalan raya yang ramai, usaha ini berpotensi menarik perhatian pelanggan serta memudahkan akses bagi mereka yang mencari produk ayam potong yang diolah sesuai dengan syariat Islam. Rumah Ayam Potong Syariah juga terdaftar dalam usaha yang sudah memiliki nomor izin berusaha dengan NIB 0223010231806 yang diterbitkan pada tahun 2020.

B. Gambaran Umum Responden

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kelompok Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	16	16,5%
2	Perempuan	81	83,5%

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Berdasarkan tabel gambaran umum responden di atas dapat diketahui karakteristik-karakteristik responden dalam penelitian ini. Berdasarkan jenis kelamin, responden dalam penelitian ini lebih dominan berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 81 responden dengan persentase 83,5%. Responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 16 responden dengan persentase 16,5%. Ini memperlihatkan bahwasannya banyaknya konsumen yang memutuskan membeli pada rumah ayam potong Syariah Kecamatan Medan Marelan adalah berjenis kelamin perempuan.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	21-30 Tahun	22	22,7%
2	31-40 Tahun	22	22,7%
3	41-50 Tahun	40	41,2%
4	> 50 Tahun	13	13,4%

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Apabila dilihat berdasarkan usia dapat diketahui bahwa penelitian ini lebih dominan responden berumur 41-50 tahun berjumlah 40 responden dengan persentase 41,2%. Sedangkan responden yang paling sedikit adalah berumur > 50 tahun berjumlah 13

responden dengan persentase 13,4%. Sedangkan responden dengan usia 21-30 tahun dan 31-40 tahun memiliki persamaan jumlah responden yaitu 22 responden dengan masing-masing persentase 22,7%.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Ayam Potong

Tabel 3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Ayam Potong

No	Kelompok Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 kali seminggu	78	80,4%
2	1 kali sebulan	2	2,1%
3	> 2 kali sebulan	17	17,5%

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Berdasarkan frekuensi membeli ayam potong, responden pada penelitian ini lebih banyak membeli dengan frekuensi satu kali dalam seminggu berjumlah 78 responden dengan persentase 80,4%. Sedangkan frekuensi membeli yang paling sedikit satu kali sebulan berjumlah 2 responden dengan persentase 2,1%. Responden yang membeli dengan frekuensi membeli > 2 kali dalam sebulan memiliki 17 responden dengan persentase 17,5%.

C. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,45726871
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,038
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dapat dilihat pada tabel Uji Kolmogorov Smirnov di atas pada baris Asymp. Sig. (2-tailed) Dengan ketentuan apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal. Namun apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal. Maka dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berdistribusi normal karena nilai signifikan $> 0,05$ yaitu 0,200.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a					
Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)		1,539	,127		
Pemahaman Penyembelihan	,066	,938	,351	,934	1,070
Harga	,026	,255	,799	,453	2,206
Kualitas Produk	,310	2,976	,004	,431	2,323
Lokasi	,509	6,224	,000	,700	1,428

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Dari tabel hasil uji multikolinearitas di atas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF di atas 10,00. Variabel Pemahaman Penyembelihan 0,934 dengan VIF 1,070. Variabel Harga 0,453 dengan VIF 2,206. Variabel Kualitas Produk 0,431 dengan VIF 2,323. Dan variabel Lokasi 0,700 dengan VIF 1,428. Maka berdasarkan ketentuannya dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Pemahaman Penyembelihan (X1)	0,516	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Harga (X2)	0,403	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Kualitas Produk (X3)	0,385	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Lokasi (X4)	0,332	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
-------------	-------	-------------------------------------

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas di atas dapat diketahui bahwa variabel pemahaman penyembelihan, harga, kualitas produk dan lokasi memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam seluruh variabel di dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4,532	2,945		1,539	,127
Pemahaman Penyembelihan	,085	,083	,071	1,019	,311
Harga	,084	,182	,047	,460	,646
Kualitas Produk	,490	,165	,310	2,976	,004
Lokasi	,605	,097	,509	6,224	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

$$Y = 4,532 + 0,085 + 0,084 + 0,490 + 0,605 + e$$

1. Konstanta sebesar 4,532 secara sistematis menyatakan bahwa apabila Variabel Pemahaman Penyembelihan, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi sama dengan 0 (nol) maka Y (Keputusan Pembelian) adalah 4,532 atau artinya Keputusan Pembelian tanpa Pemahaman Penyembelihan, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi adalah 4,532.
2. Koefisien regresi Variabel Pemahaman Penyembelihan (X1) adalah sebesar 0,085 yang artinya bahwa peningkatan Pemahaman Penyembelihan dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan Pemahaman Penyembelihan sebesar 0,085.

3. Koefisien regresi Variabel Harga (X2) adalah sebesar 0,084 yang artinya bahwa peningkatan Harga dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan Harga sebesar 0,084.
4. Koefisien regresi Variabel Kualitas Produk (X3) sebesar 0,490 yang artinya bahwa peningkatan Kualitas Produk dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan Kualitas Produk sebesar 0,490.
5. Koefisien regresi Variabel Lokasi (X4) sebesar 0,605 yang artinya bahwa peningkatan Lokasi dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan Lokasi sebesar 0,605.

E. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji Parsial

Coefficients^a					
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4,532	2,945		1,539	,127
Pemahaman Penyembelihan	,085	,083	,071	1,019	,311
Harga	,084	,182	,047	,460	,646
Kualitas Produk	,490	,165	,310	2,976	,004
Lokasi	,605	,097	,509	6,224	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan beberapa keputusan sebagai berikut :

1. Diperoleh nilai t_{hitung} variabel Pemahaman Penyembelihan sebesar 1,019 yang artinya lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,661 dan nilai Sig. 0,311 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 ditolak.
2. Diperoleh nilai t_{hitung} variabel Harga sebesar 0,460 yang artinya lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,661 dan nilai Sig. 0,646 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 ditolak.

3. Diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk sebesar 2,976 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,661 dan nilai Sig. $0,004 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

4. Diperoleh nilai t_{hitung} variabel Lokasi sebesar 6,224 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,661 dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima.

2) Uji Simultan (Uji f)

Tabel 9. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	269,678	4	67,419	30,424
	Residual	203,869	92	2,216	
	Total	473,546	96		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pemahaman Penyembelian, Harga, Kualitas Produk

Sumber: Hasil olah data SPSS (2024)

Dari tabel hasil Output SPSS “ANOVA” di atas, dapat diketahui bahwa nilai f_{hitung} lebih besar dari pada f_{tabel} yaitu ($30,424 > 2,70$) dengan signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Pemahaman Penyembelian (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3), dan Lokasi (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

F. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Adjusted R				
Model	R	R Square	Square	Std. Error of the Estimate
1	,756 ^a	,711	,702	1,48637
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pemahaman Penyembelian, Harga, Kualitas Produk				
b. Dependen Variable : Keputusan Pembelian				

Dari tabel hasil uji koefisien determinasi di atas diperoleh nilai Adjusted RSquare adalah sebesar 0,702 yang artinya bahwa sebesar 70,2% variabel independen mampu

menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan sebesar 29,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian maka dapat disimpulkan pemahaman Penyembelihan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong pada Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan, harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong pada Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan, kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong pada Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan, lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong pada Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan dan pemahaman Penyembelihan, Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong pada Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Edisi 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Alhalim. 2022. "Pengaruh Penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen." Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Ali, M. 2016. "Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. AHKAM." *Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>.
- Aminuddin. 2022. "Pengaruh Pengetahuan Penyembelihan Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Ayam Potong di Kelurahan Delima Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Azwar, Adimarwan. 2004. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Ed 3, Cet ke 2*. Jakarta: PT.

Raja Gravindo Persada.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Konsumsi Rata-Rata Per-kapita Daging Ayam Beberapa Macam Bahan Pangan Penting. 2020-2023
<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTUwIzE=/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting--2007-2023.html>.

Borotan, Amrin. 2021. "Hukum Sembelihan Yang Tidak Disebutkan Nama Allah (Telaah Terhadap Pemikiran Islam Asy-Syafi'i 150 H – 204 H)." *Jurnal Hukum Islam*. Vol.4 No 1.

Choiru. 2020. *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, Cet Ke 6*. Jakarta: Rajawali.

Elsa Tika Pertiwi. 2023. "Pengaruh Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam". Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Endang Srihartati. 2016. "Pengaruh Penggunaan Strategi Pembelajaran Pemerolehan Konsep Terhadap Pemahaman Siswa Pada Materi Pelajaran Ekonomi Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Pangkalan Kuras Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan." Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Fandy Tjiptono. 2019. *Manajemen Operasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Febriani Elis, Jesica. 2022. "Analisis Kepercayaan (Trust) Dalam Pembelian Di Toko Online". Skripsi. Universitas Lampung.

Firmansyah, A. 2018. "Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)". *Cv Budi Utama*, https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN.

Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ii As'ad Umar, 2014. *Kerangka Teori Dan Landasan Teori*. 9–32.

Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi. 2019. *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khatib*. Jakarta: Khalifa.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ayam Potong (Studi di Rumah Ayam Potong Syariah Kecamatan Medan Marelan Kota Medan Sumatera Utara)
Anisa Widya Sari, Alim Murtani

Julian Aryandi dan Onsardi. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada café Wareg Bengkulu", *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB0*, Vol. 1, No.1, (2020): 117-127.