

Pengaruh Penyembelihan Halal, Tingkat Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong Broiler Pada Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar

The Influence of Halal Slaughter, Price Level and Service Quality on The Decision To Purchase Broiler Chickens at Wholesale Chicken Slaughterhouses In Makassar City

Nurul Abidah¹, Indris Parakkasi², Muhammad Nasri Katman³

¹²³ Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

¹nurullabidaah17@gmail.com; ²idris.parakkasi@uin-alauddin.ac.id

³muh.nasri@uin-alauddin.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to ascertain how customers who shop at wholesale chicken slaughterhouses in Makassar City, the study's sample, make judgments about buying broiler chickens based on factors such as halal slaughter, price point, and service quality. The quantitative technique using a survey approach is the research methodology employed. The hypothesis about the halal slaughter variable was not supported by the research findings, indicating that it has no impact on the choice to buy broiler chickens from the Wholesale Chicken Slaughterhouse in Makassar City. The price level variable's hypothesis—that it positively influences broiler chicken purchases at the Wholesale Chicken Slaughterhouse in Makassar City—is accepted. Additionally, the hypothesis about the service quality variable is accepted, indicating that broiler chicken purchases made at the Wholesale Chicken Slaughterhouse in Makassar City are positively influenced. The hypothesis about the variables of halal slaughter, price level, and service quality is also accepted, indicating that these factors work together to impact the choice to buy broiler chickens from the Makassar City wholesale chicken slaughterhouse.

Keywords: Halal Slaughter, Price, Service, Decision

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelanggan yang berbelanja di rumah potong ayam grosir di Kota Makassar, sampel penelitian, membuat penilaian dalam membeli

ayam broiler berdasarkan faktor-faktor seperti kehalalan pemotongan, harga, dan kualitas pelayanan. Teknik kuantitatif dengan pendekatan survei merupakan metodologi penelitian yang digunakan. Hipotesis mengenai variabel penyembelihan halal tidak didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan tidak berpengaruh terhadap pilihan pembelian ayam broiler di Rumah Potong Hewan Grosir Ayam di Kota Makassar. Variabel tingkat harga diterima, menunjukkan bahwa tingkat harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ayam broiler di Rumah Potong Ayam Grosir Kota Makassar; variabel kualitas pelayanan diterima, menunjukkan bahwa keputusan pembelian ayam broiler di Rumah Potongan Ayam Grosir Kota Makassar mempunyai pengaruh positif; dan hipotesis mengenai variabel kehalalan pemotongan, tingkat harga, dan kualitas pelayanan diterima, menunjukkan bahwa keputusan pembelian ayam broiler di Rumah Potong Ayam Grosir Kota Makassar berpengaruh secara bersama-sama.

Kata Kunci : *Penyembelihan Halal, Harga, Pelayanan, Keputusan*

Pendahuluan

Salah satu makanan yang sering kita makan untuk memenuhi kebutuhan gizi harian adalah ayam. Karena daging ayam memiliki kandungan protein yang tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan tubuh, maka daging ayam menjadi salah satu makanan utama yang dikonsumsi sebagian besar masyarakat Indonesia. Secara umum, protein berfungsi untuk meningkatkan kemampuan tubuh dalam beraktivitas (Muamar and Jumena 2020). Tentu saja, Anda harus mengetahui status kehalalan ayam sebelum memakannya. Meskipun ayam termasuk makanan halal untuk dimakan manusia, namun dapat dianggap makanan haram jika penyembelihan atau pengolahannya tidak dilakukan dengan cara yang halal. Artinya dilarang makan ayam, tidak peduli bagaimana cara mendapatkannya atau apakah tata cara penyembelihannya sesuai dengan hukum Islam atau syariat. Islam telah menetapkan hukum yang mengatur penyediaan makanan, membedakan antara makanan yang diperbolehkan (seperti masakan halal) dan makanan yang

dilarang (seperti makan daging hewan).

Tentu saja, Anda harus mengetahui status kehalalan ayam sebelum memakannya. Meskipun ayam termasuk makanan halal untuk dimakan manusia, namun dapat dianggap makanan haram jika penyembelihan atau pengolahannya tidak dilakukan dengan cara yang halal. Artinya dilarang makan ayam, tidak peduli bagaimana cara mendapatkannya atau apakah tata cara penyembelihannya sesuai dengan hukum Islam atau syariat. Islam telah menetapkan hukum yang mengatur penyediaan makanan, membedakan antara makanan yang diperbolehkan (seperti masakan halal) dan makanan yang dilarang (seperti makan daging hewan). Karena tali atau mata rantainya telah putus, maka halal dapat dipahami sebagai sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam untuk dilakukan, digunakan, atau dicoba. Halal juga mengacu pada tingkat kualitas yang sejalan dengan hukum syariah Islam. Halal dan Haram merupakan suatu hal penting yang menarik perhatian umat beragama secara keseluruhan, bukan sekedar hal sepele yang diabaikan. Sebab permasalahan ini tidak hanya berdampak pada hubungan antar manusia saja, namun juga hubungan manusia dengan Tuhannya (Ma'ruf Amin, 2011).

Konsumen akan mempunyai keyakinan penuh bahwa hasil penyembelihannya halal karena penyembelihan dan pengelolaannya sesuai dengan syariat Islam sehingga konsumen yakin bahwa penyembelihan tersebut halal. Penyembelihan halal mempunyai peranan yang cukup besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Rumah Potong Ayam Borong. selanjutnya pendapatan penjual akan meningkat.

Selain penyembelihan halal, penetapan harga di rumah potong ayam grosir mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan pelanggan karena berapa pun harga yang ditetapkan bisnis akan berdampak pada permintaan. Gitosudarmo mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang diperlukan untuk membeli suatu

barang, jasa, atau keduanya. Penetapan harga suatu produk menunjukkan seberapa senang pelanggan dengan barang yang mereka beli (Sarini 2013). Selain penyembelihan halal, penetapan harga di rumah potong ayam grosir mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan pelanggan karena berapa pun harga yang ditetapkan bisnis akan berdampak pada permintaan. Gitosudarmo mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang diperlukan untuk membeli suatu barang, jasa, atau keduanya. Penetapan harga suatu produk menunjukkan seberapa senang pelanggan dengan barang yang mereka beli “*Pengaruh Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen Daging Ayam Potong CV Daging Jaya Abadi Karthoharjo Nganjuk*”.

Pada Rumah Potong Ayam Grosir, keputusan pembelian pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Karena memberikan pelayanan yang prima akan menginspirasi pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan bisnis. Seiring waktu, interaksi semacam ini memungkinkan bisnis untuk sepenuhnya memahami keinginan dan harapan pelanggan mereka. agar bisnis dapat membuat pilihan pembelian yang lebih baik dalam situasi ketika mereka memaksimalkan pengalaman pelanggan yang negatif. Keputusan pembelian, pada gilirannya, dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap bisnis yang menawarkan kualitas yang dapat diterima. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan perusahaan dalam menjual jasanya kepada konsumen. Salah satu kunci keberhasilan perusahaan tersebut mengelola mutu sehingga mampu memberikan pelayanan yang memenuhi dan melebihi pengharapan konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik dan memuaskan. Pertimbangan pelayanan yang berkaitan dengan kualitas cukup untuk memuaskan keputusan pembelian konsumen yang berketajung dan konsisten dengan kualitas lainnya tetapi tidak merugikan perusahaan. (Fandy 2008).

Langkah terakhir dalam proses pengambilan keputusan adalah melakukan pembelian. Berdasarkan pandangan beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa melakukan pembelian melibatkan pelanggan yang mengidentifikasi masalah, meneliti merek atau produk, dan menentukan seberapa efektif setiap opsi mengatasi masalah tersebut untuk memandu pilihan mereka. (Kotler 2007).

Tentu saja, pembeli akan meneliti barang sebelum melakukan pembelian, terutama yang dimaksudkan untuk konsumsi, karena makanan halal—khususnya produk hewani—sangat dihargai dalam Islam. Pendapatan penjual dan perilaku pelanggan akan terpengaruh oleh hal ini. karena perilaku konsumen berfungsi sebagai landasan pengambilan keputusan mengenai apa yang akan dibeli. Tentunya sebagai pelanggan Anda harus mempertimbangkan beberapa faktor sebelum memilih untuk membeli suatu produk atau barang, antara lain status kehalalan barang, harga, kualitas, fungsi, dan kegunaannya. yang akan kita makan (Subianto 2015).

Metode Penelitian

Penelitian semacam ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif dan strategi survei. Dengan menggunakan desain penelitian survei, penulis menggunakan kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data dari responden. Penelitian survei menurut Masri Sangarimbun adalah penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data dan sampel yang diambil dari suatu masyarakat. (Singarimbun and Effendi 1989). Tempat Penelitian dilaksanakan di Rumah Potong Ayam Borong Jl.Borong Raya No. 65, Borong, Kec. Manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90233, Indonesia. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pelanggan yang membeli di Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan atau konsumen di Rumah Potong Ayam

Borong.

Karena peneliti tidak dapat memperoleh identitas responden komprehensif yang diperlukan untuk menetapkan kerangka pengambilan sampel, maka pendekatan pengambilan sampel non-probabilitas digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penyelidikan ini. Purposive sampling merupakan strategi yang digunakan dalam pendekatan non-probabilitas ini. Metode ini digunakan untuk memilih sampel berdasarkan standar yang unik, seperti individu yang dianggap ahli. (Muhajirin and Panorama 2017). Penentuan sampel ini untuk konsumen yang berbelanja Ayam Potong Broiler di Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar. Maka diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 171 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket) dan studi pustaka. Adapun metode analisis data dengan menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas), Uji Regresi Berganda, Uji Hipotesis (Uji Persial t dan Uji Simultas F), dan Uji Koefisien Determinasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel.1 Hasil Uji Validitas Penyembelihan Halal, Tingkat Harga , Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

No.	Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Penyembelihan Halal	X1.1	0,780	0,1501	Valid
		X1.2	0,691	0,1501	Valid
		X1.3	0,767	0,1501	Valid
		X1.4	0,736	0,1501	Valid
		X1.5	0,802	0,1501	Valid
		X1.6	0,788	0,1501	Valid
		X1.7	0,769	0,1501	Valid
2.	Tingkat Harga	X2.1	0,612	0,1501	Valid

		X2.2	0,708	0,1501	Valid
		X2.3	0,721	0,1501	Valid
3.	Kualitas Pelayanan	X3.1	0,626	0,1501	Valid
		X3.2	0,676	0,1501	Valid
		X3.3	0,727	0,1501	Valid
		X3.4	0,733	0,1501	Valid
		X3.5	0,724	0,1501	Valid
4.	Keputusan Pembelian	Y.1	0,752	0,1501	Valid
		Y.2	0,815	0,1501	Valid
		Y.3	0,810	0,1501	Valid
		Y.4	0,837	0,1501	Valid

Sumber:Hasil Uji SPSS

b. Uji Reliabilitas

Tabel. 2 Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.692	19

Sumber:Hasil Uji SPSS

Dari tabel diatas bahwa hasil pengujian melalui SPSS diperoleh nilai 0,692 yang berarti nilai Cronbach Alpha > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut reliabel atau melebihi standar alpha .

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel.3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		171
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30365941

Most Extreme	Absolute	.052
Differences	Positive	.051
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber: Hasil Uji SPSS

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan hasil nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* atau nilai signifikansi senilai 0,200. Jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang disyaratkan yaitu 0,05 maka dari hasil pengujian diatas menunjukkan nilai $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan metode ini, data tersebut terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.275	3.180		2.603	.010		
Penyembelihan Halal	.051	.064	.061	.807	.421	.987	1.013
Tingkat Harga	.256	.128	.152	2.004	.047	.993	1.007
Kualitas Pelayanan	.148	.075	.150	1.982	.049	.989	1.012

Sumber: Hasil Uji SPSS

Dari Tabel coefficients diatas dapat dilihat pada kolom VIF (*Variance Inflation Factor*) bahwa semua nilainya menunjukkan tidak ada yang lebih dari 10,

dimana nilai VIF X_1 adalah 1,013, nilai VIF X_2 adalah 1,007, dan nilai VIF X_3 adalah 1,012, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam data pada penelitian ini.

c. *Uji Heteroskedastisitas*

**Tabel. 5 Hasil Uji Metode Glejser
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.211	1.713		.707	.481
Penyembelian Halal	-.008	.034	-.018	-.232	.817
Tingkat Harga	-.043	.069	-.048	-.623	.534
Kualitas Pelayanan	.072	.040	.137	1.783	.076

Sumber: Hasil Uji SPSS,2023

Berdasarkan hasil uji glejser diatas, diperoleh nilai signifikansi variabel penyembelian halal (X_1) sebesar 0,817 dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05 atau $0,817 > 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Demikian pula, nilai signifikansi variabel tingkat harga (X_2) sebesar 0,534 yang juga lebih besar dari 0,05 atau $0,534 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Selain itu, nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,076 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 atau $0,076 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Berganda

Tabel.6 Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.275	3.180		2.603	.010
Penyembelihan Halal	.051	.064	.061	.807	.421
Tingkat Harga	.256	.128	.152	2.004	.047
Kualitas Pelayanan	.148	.075	.150	1.982	.049

Sumber: Hasil Uji SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 8.275, dan untuk variabel penyembelihan halal (nilai β) sebesar 0.051, variabel tingkat harga (nilai β) sebesar 0.256 dan untuk variabel kualitas pelayanan (nilai β) sebesar 0.148. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,275 + 0,051 + 0,256 + 0,148 + e$$

Maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 8.275 yang menyatakan jika variabel Penyembelihan halal (X1), Tingkat harga (X2) dan Kualitas pelayanan (X3) sama dengan nol, maka keputusan pembelian adalah sebesar 8.275.
- 2) Koefisien X1 bernilai positif sebesar 0.051 maka setiap terjadi peningkatan variabel penyembelihan halal (X1) sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.051 (5,1%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel penyembelihan halal (X1) sebesar 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0.051 (5,1%). Ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel penyembelihan halal dengan variabel keputusan pembelian.

- 3) Koefisien X2 bernilai positif yaitu sebesar 0.256 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel tingkat harga (X2) sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.256 (25,6%) atau sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel tingkat harga (X2) sebesar 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0.256 (25,6%). Hasil ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel tingkat harga dengan variabel keputusan pembelian.
- 4) Koefisien X3 bernilai positif sebesar 0.148 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.148 (14.8%) atau sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0.148 (14,8%). Hasil ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel keputusan.
4. Uji Hipotesis
- a. Uji Parsial (t)

**Tabel.7 Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.275	3.180		2.603	.010
Penyembelihan Halal	.051	.064	.061	.807	.421
Tingkat Harga	.256	.128	.152	2.004	.047
Kualitas Pelayanan	.148	.075	.150	1.982	.049

Sumber: Hasil Uji SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang menggambarkan

variabel-variabel terkait dalam penelitian ini adalah:

1) Pengaruh Penyembelihan Halal terhadap Keputusan Pembelian

Dapat dilihat pada tabel Coefficients terdapat nilai Sig 0,421 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari probabilitas 0,05 atau nilai $0,421 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Variabel penyembelihan halal mempunyai thitung 0,807 dengan ttabel 1,974 jadi thitung < ttabel, dapat disimpulkan bahwa penyembelihan halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Pengaruh Tingkat Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dapat dilihat pada tabel Coefficients terdapat nilai Sig. 0,047 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05% atau nilai $0,047 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel tingkat harga mempunyai thitung 2,004 dengan ttabel 1,974 jadi thitung > ttabel, dapat disimpulkan bahwa tingkat harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dapat dilihat pada tabel Coefficients terdapat Sig.0,049 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05% atau nilai $0,049 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel kualitas pelayanan mempunyai thitung 1,982 dengan ttabel 1,974 jadi thitung > ttabel, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Simultan (F)

Tabel.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	45.921	3	15.307	2.869	.038 ^b
Residual	891.026	167	5.335		
Total	936.947	170			

Sumber : Hasil uji data SPSS, 2023

Dari hasil uji F atau uji Anova diperoleh nilai Fhitung 2,869 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,038. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan Fhitung > Ftabel yaitu $2,869 > 2,66$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka penyembelihan halal, tingkat harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.555	.46197

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai koefisien determinasi pada kolom R Square sebesar 0,563 artinya menunjukkan bahwa penyembelihan halal, tingkat harga dan kualitas pelayanan memiliki proporsi pengaruh sebesar 56,3% sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam model regresi linear berganda. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya pada variabel promosi, yang dimana konsumen lebih tertarik membeli suatu produk apabila ada promosi maka konsumen akan lebih cepat untuk memutuskan pembelian, dan juga pada variabel kualitas produk, dimana konsumen akan memutuskan pembelian apabila produk yang ditawarkan atau produk yang ingin mereka beli kualitas produknya itu baik dan memuaskan, karena sebagian konsumen rela mengeluarkan uangnya untuk membeli suatu produk tetapi apabila kualitas produknya baik maka mereka tidak akan berpikir dua kali untuk memutuskan pembelian.

Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong Broiler Pada Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar di Tolak.

Karena dapat dilihat pada nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $0,807 < 1,974$ dan tingkat signifikannya $> 0,05$ yaitu $0,421 > 0,05$, sehingga kesimpulannya bahwa dari variabel penyembelihan halal (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian ayam potong broiler pada rumah potong ayam borong Kota Makassar. Hal ini dikarenakan karena sebagian besar konsumen jika ingin membeli ayam potong di rumah potong ayam borong tidak lagi memperhatikan atau tidak lagi menanyakan bagaimana proses penyembelihannya apakah sudah mengikuti syariat islam atau tidak, sehingga konsumen tidak mengetahui tingkat kehalalan dari ayam yang ingin mereka beli atau konsumsi.

Pengaruh Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong Broiler Pada Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar di Terima.

Hal ini dapat dilihat pada nilai t hitung $> t$ tabel yaitu ($2,004 > 1,974$) dengan signifikansinya adalah $< 0,050$ ($0,047 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel tingkat harga (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ayam potong broiler di rumah potong ayam borong Kota Makassar. Artinya bahwa masyarakat menjadikan harga sebagai salah satu faktor yang paling utama dalam menentukan keputusan pembelian. Karena harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan. Baik itu dari segi keterjangkauan harga maupun kualitasnya. Karena masyarakat di Kota Makassar dominan menyukai harga yang murah dengan kualitas yang baik. Misalnya apabila harganya dapat dijangkau oleh masyarakat maka masyarakat tidak akan berpikir dua kali untuk membeli ayam potong di rumah potong ayam borong Kota Makassar. Harga juga harus mampu menarik konsumen agar membeli sedemikian banyak sehingga mampu memberikan keuntungan bagi rumah potong ayam borong.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong Broiler Pada Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar di Terima.

Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $> t$ tabel yaitu ($1,982 > 1,974$) dengan taraf signifikansinya adalah ($0,049 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ayam potong broiler pada rumah potong ayam borong Kota Makassar. Kualitas pelayanan yang maksimal yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen dapat membuat konsumen atau pembeli merasa nyaman dan juga dapat mendorong konsumen untuk membeli kembali, kualitas pelayanan juga dapat membuat konsumen merasa puas karena jika pelayanan yang bagus maka seorang konsumen akan puas dan jika pelayanannya itu buruk maka seorang konsumen juga akan berfikir dua kali untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang dijual.

Pengaruh Penyembelihan Halal, Tingkat Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong Broiler Pada Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyembelihan halal, tingkat harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ayam potong broiler pada rumah potong ayam borong Kota Makassar, dengan hasil uji nilai F hitung 2,869 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,038, dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 2,66, dimana menunjukkan bahwa nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $2,869 > 2,66$ dan tingkat signifikansi sebesar $< 0,05$ yaitu $0,038 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling berinteraksi dan saling memperkuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Ayam Potong Broiler di Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Penyembelihan Halal, Tingkat Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong Broiler Pada Rumah Potong Ayam Borong Kota Makassar” maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Pada variabel penyembelihan halal dinyatakan bahwa Hipotesis ditolak, dibuktikan dengan tidak adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial, dapat dilihat pada nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $0,807 < 1,974$ dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ yaitu $0,421 > 0,05$.
2. Pada variabel tingkat harga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial, dan dapat dilihat pada nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $2,004 > 1,974$ dengan tingkat signifikansinya $< 0,05$ yaitu $0,047 < 0,05$.
3. Pada variabel kualitas pelayanan menyatakan bahwa Hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial, dan dapat dilihat pada nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $1,982 > 1,974$ dengan tingkat signifikansinya $< 0,05$ yaitu $0,049 < 0,05$.
4. Terdapat pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ayam potong broiler. Ditandai dengan nilai dari uji F diperoleh 2,869 sedangkan f tabel sebesar 2,66. Ini menunjukkan bahwa F hitung $> F$ tabel dimana $2,869 > 2,66$ dengan tingkat signifikansinya $< 0,05$ yaitu $0,038 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa untuk hipotesis diterima dalam pengujian ini diterima.

Daftar Pustaka

Abduh, M. (2002). “ *Studi Perbandingan Konsep Pelaksanaan Penyembelihan Binatang Ternak Sapi antara Rumah Sembelihan (Arbotoir) Gong Medang dan Rumah Sembelihan (Tradisioanal) Dikampung Rawa Besut Terengganu* ”

Menurut Hukum Islam. 29.

Agama, D. U. (2010). *Direktorat urusan agama.*

Agustin, N. K. D. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Memberikan Pengaruh Terhadap Keputusan Melaksanakan Pembelian Terhadap Di Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, h. 128. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>

Alhalim, M. (2022). *Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pride.* Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Amanda Putri, E. R. (2019). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Broiler PT. Malindo Feedmil Tbk.* 1–104.

Aminuddin. (2022). *Pengaruh pengetahuan penyembelihan halal terhadap keputusan konsumen membeli ayam potong di kelurahan delima ditinjau menurut ekonomi syariah.* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Anwar, R. (2017). *Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Rumah Potong Ayam Broiler Yosodadi Metro Timur).* Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

Arifin, M. Z., & Azhari, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, 2(2), 116–123. <https://doi.org/10.23971/jaq.v2i2.832>

Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran.* Andi Offset.

Fanitawati, N. (2020). Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe Metro. In *Skripsi.*

Jumeneng, M., Hemana, C., & Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Produk Body Lotion Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Manajemen Prima*, Vol.4(No.II), h.52.

Kasizi Panjie. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*

pada Provider Tri Bandung. Universitas Widyatama.

- Kementrian Agama, S. A. (1971). Al-Qur'an al-karim dan terjemahannya. In *Komplek Percetakan Al Qur'anul Karim Kepunyaan Raja Fahd* (p. 1281).
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Edisi Pert). Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12* (Edisi ke-1). Erlangga.
- Krestiwawan Wibowo Santoso, dkk. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Semarang. *Jurnal of Social And Politic*, 5.
- Muamar, A., & Jumena, J. (2020). Standarisasi halal majlis Indonesia dalam penyembelihan ayam di desa kartawinangun cirebon. *Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum*, Vol.5, h. 342.
- Muhajirin, & Panorama, M. (2017). *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Idea Press.
- Muhima. (2017). *Skripsi Akad As-Salam dalam jual beli Online Ditinjau Metro Lampung*.
- Muhson, A. (1994). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nazir, M. (2009). *Metode penelitian* (R. Sikumbang (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri belajar analisis data dengan SPSS*. 51.
- Purbarany, V. H. (2013). "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." UNDIP.
- R. Gunawan Sudarmanto. (2004). *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*.
- Rahman, M. A. K., Artiningsih, D. W., & Alfisah, E. (2021). *Pengaruh Harga Dan*

- Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Pada PT. Ciomas Adisatwa Unit Bati-Bati. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.*
- Rahmaniar, Haris, A., & Martawijaya, M. A. (2015). Kemampuan Merumuskan Hipotesis Fisika Pada Peserta Didik Kelas X Mia SMA Barrang Lompo. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 3(3), h. 234.
- Rahmi Rosita. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Bekasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol.4(No.2).
- Sarwono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 78.
- Setyo Adji, F. (2022). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Kuaitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Potong Chicken Family*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metode penelitian survey*.
- Subianto. (2015). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernsasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Supranto. (2008). *Statistik: Teori dan Aplikasi Jilid 1* (Edisi 7). Penerbit Erlamgga.
- Surahmat, W. (1981). *Pengantar Metode Ilmiah*. Bandung: Tarsito.
- Syed, Ahmad Syeed Hussain. (1994). *Fiqh dan Perundangan Hukum Islam*. 747.
- Teni, & Agus. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan Dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, Vol.13(No.1).
- Vabiola Ghantynireta, B., Inayatillah, I., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 114–122. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v2i2.189>

Zuhaili. (2010). *Halal dan Haram dalam Islam*, Ahli bahasa oleh Mu'ammal Hamidy, Surabaya: PT Bina Ilmu Surabaya. h. 60.

This article is under:



Copyright Holder :

© Nurul Abidah dkk (2024).

First Publication Right :

© Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah