JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis
Vol. 2 No. 11, November (2024), Hal. 1971-1986 e-ISSN: 3021-8365

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN KUCING
(Studi Kasus Toko Ki Petshop Di Kota Padang Panjang)

[1]Indah Febriyani,* Zuwardi [2]

[1]Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, email: indahfebriyani5@gmail.com
[2]Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, email: zuwadiiyzi84@gmail.com

Abstract

This research is motivated by consumers' lack of attention to product quality when purchasing cat food products and consumers who only want to buy cheap prices which can make their pets unhealthy. Apart from that, the availability of cat food products is still not very complete at Ki Petshop stores, which makes consumers switch to other stores. And when purchasing products, consumers still consider or compare prices at Ki Petshop stores compared to other stores. This type of research uses field research, namely conducting research by going directly into the field to obtain data using a quantitative approach. As a result of the analysis carried out using SPSS 24, the research results showed that (1) product quality had a significant effect on purchasing interest where the value of Tcount (2.162) ≥ Ttable (1.985) and the significance level was 0.003 ≤ 0.05. (2) product availability has a significant effect on purchasing interest where the value of Tcount (1.990) ≥ Ttable (1.985) with a significance level of 0.001 ≤ 0.05. (3) price has a significant effect on buying interest where Tcount (6.820) ≥ Ttable (1.985) with a significance level of 0.000 ≤ 0.05. (4) product quality, product availability and price with a Fcount value of 44.611 ≥ Ftable 2.70 with a significance level of 0.000 ≥ 0.05 and the coefficient of determination test results obtained were 0.593 or 59.3% so it can be concluded that the product quality variable, Product availability and price influence purchasing interest by 59.3% and the remaining 40.7% is influenced by other variables.

Keywords: *Product Quality, Product Availability, Price, Purchase Interest*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan kurangnya perhatian konsumen terhadap kualitas produk dalam membeli produk makanan kucing dan konsumen yang hanya ingin membeli harga yang murah yang dapat membuat hewan pelihaaran menjadi tidak sehat. Selain itu juga ketersediaan produk makanan kucing juga masih belum terlalu lengkap pada toko ki petshop sehingga membuat konsumen untuk beralih ke toko lain. Dan dalam melakukan pembelian produk konsumen masih mempertimbangkan atau membandingkan harga pada toko ki petshop di banding dengan toko lainnya. Jenis Penelitian ini menggunakan field reseach yaitu melakukan penelitian dnegan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dengan pendekatan kuantitatif. hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan

SPSS 24 maka hasil penelitian yang didapatkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dimana nilai T_{hitung} (2.162) ≥ T_{tabel} (1.985) dan tingkat signifikansi 0,003 ≤ 0,05. (2) ketersediaan produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dimana nilai T_{hitung} (1.990) ≥ T_{tabel} (1.985) dengan tingkat signifikansi 0,001 ≤ 0,05. (3) harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dimana T_{hitung} (6.820) ≥ T_{tabel} (1.985) dengan tingkat signifikansi 0,000 ≤ 0,05. (4) kualitas produk, ketersediaan produk dan harga dengan nilai F_{hitung} 44,611 ≥ F_{tabel} 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 ≥ 0,05 dan hasil uji koefisien determinasi yang di dapat sebesar 0,593 atau 59,3% sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, ketersediaan produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli sebesar 59,3% dan sisanya 40,7% dipengaruhi oleh variabel lain.
Kata kunci : Kualitas Produk, Ketersediaan Produk, Harga, Minat Beli

I. Pendahuluan

Pada era modern ini menjaga hewan ialah kegemaran dan style hidup terkini. Sehabis melakuakn aktivitas tiap hari, kehadiran hewan memiliki kedudukan spesial. Tidak hanya selaku sahabat ataupun kawan dalam kehidupan tiap hari, pula di kira selaku obat penghibur untuk peminat binatang sehabis melaksanakan kegiatan seharian. Perihal ini bisa di sadari oleh beberapa orng kalau menjaga binatang kesasakanan ialah salah satu metode buat kurangi stress ataupun ketegangan saraf. Atas memandang binatang perawatan akan lucu hingga orang hendak merasa suka serta puas atas tingkh lucu binatang piaraan itu.

Bersumber pada informasi akan diterima dari Rakuten Insight Center akan ialah suatu industri akan berawal dari negara mamak sam serta sempat melaksanakan telaah opini Di Indonesia terpaut kepemilikan binatang piaraan kalau dari 10. 442 responden terdaftar 67% mempunyai binatang piaraan sebaliknya 23% tidak dan 10% berterus terang sempat mempunyai binatang piaraan. Dari keseluruhan 67% ada keseluruhan responden 7. 015 orang akan terdaftar mayoritas perawatan binatang di Indonesia memperoleh binatang piaraan dari mengadopsi kepunyaan saudara ataupun kerabat. Dari semua binatang akan bisa jadi dipelihara oleh orang, masyarakt indonesia mayoritas lebih memilah buat menjaga binatang kucing. Kucing jadi binatang piaraan akan banyak disukai serta di gemari oleh orang sebab tingkahnya akan lucu dan disusul oleh sebagian binatang piaraan semacam ikan, kukila, anjing serta binatang serupanya.

Tiap mukmin akan hendak melaksanakan kegiatan bidang usaha butuh mengenali atas bagus determinasi hukum agama akan akan menganut mengenai keadaan berhubungan atas bidang usaha agat bebas dari kegiatan akan tabu serta mudarat warga. Allah SWT sudah menginstruksikan pada hambanya buat mencari apa akan sudah di anugrahkan kebahagian di alam baka atas senantiasa mengutip bagian kenikmatan di bumi dan melakukan bagus pada orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Qashash (28):77 akan berbunyi :

وَابْتَغِ فِيْمَآ اٰتٰىكَ اللّٰهُ الدَّارَ الْاٰخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَاَحْسِنْ كَمَآ اَحْسَنَ اللّٰهُ اِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِى الْاَرْضِۗ اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِيْنَ

Artinya: "*Serta, carilah pada apa akan sudah dianugerahkan Allah kepadamu(balasan) negara alam baka, namun janganlah kalian lupakan bagianmu di bumi. Melakukan oke(pada orang lain) begitu juga Allah sudah melakukan bagus kepadamu serta janganlah kalian melakukan kehancuran di alam. Sebetulnya Allah tidak menggemari banyak orang akan melakukan kehancuran*"

Pelanggan umumnya membeli sesuatu produk sebab keinginan. Tetapi terdapat fator lain akan ikut dan pengaruhi pelanggan dalam atensi belinya semacam warna, wujud serta dimensi, dan merek data akan ada pada bungkusan produk. Oleh sebab itu industri mulai membuat sesuatu inovasi kepada produk atas merancang bungkusan semenarik bisa jadi buat pengaruhi pelanggan dalam melaksanakan pembelian produk.

Aspek akan bisa memunculkan atensi pelanggan dalam membeli produk ialah aspek ketersediaan produk. Ketersediaan produk jadi estimasi pelanggan dalam pembelian, mengenang terus menjadi produk itu cocok akan dijadwalkan dalam ketersediaannya hingga hendak pengaruhi keseriusan pembelian pelanggan.

Tidak hanya itu penentuan harga ialah permasalahan untuk tiap industri sebab penentuan harga bukanlah ialah kewenangan ataupun wewenang akan telak dari seseorang wiraswasta. Andil harga hendak jadi amat penting untuk pelakon bidang usaha pada kondisi kompetisi akan terus menjadi runcing. Untuk para pelanggan bila mau membeli sesuatu produk terdapat akan atas jenis menyamakan harga di sesuatu gerai atas tokolain serta terdapat pula akan tanpa memandang harga kala mau membeli sesuatu produk.

Produk makanan kucing memiliki harga yang berbeda-beda. Biasanya, tiap merek mengeluarkan berbagai macam rasa makanan kucing, bahkan disesuaikan dengan tahapan usia kucing. Perusahaan menyediakan produk dengan kemasan praktis yang memiliki berat 400gram, 800gram, dan lainnya. Memudahkan konsumen untuk dapat menjangkau produknya merupakan salah satu strategi perusahaan untuk tetap mendapatkan hati konsumen. Menjual produk dengan harga perkilogramlah salah satunya. Biasanya, pet shop akan menyediakan ukuran ¼ kg, ½ kg, dan 1 kg dengan harga yang berbeda-beda pada setiap merek.

Minat beli ialah bagian dari bagian sikap buat sikap mengkonsumsi. Berdasarkan pendapat Kinnear serta Taylor kalau atensi beli ialah sesuatu langkah kecondongan responden buat berperan saat sebelum betul- betul melaksanakan pembelian kepada produk. Bisa dibilang kalau atensi beli ialah statment dari tindakan pelanggan akan memantulkan suatu konsep pembelian beberapa produk atas merk khusus.

Dengan mengetahui minat beli dari konsumen hal ini sangat diperlukan oleh para pengusaha atau pebisnis untuk mengetahui minat beli

konsumen terhadap suatu produk yang dijual. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen ketika melakukan pembelian produk yaitu seperti dari lingkungan, faktor harga, faktor kualitas produk, serta ketersediaan produk yang ada. Dengan hal demikian maka timbul keinginan konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap produk.

Ada pula salah satu bidang usaha petshop akan ada di Kota Padang Jauh akan bernama Ki Petshop. Toko Ki petshop ialah salah satu petshop akan terletak di kota Padang Panjang yang berada di jalan Ahmad Yani, kelurahan Ngalau, Kecamatan Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang. Toko Ki Petshop sediakan bermacam keinginan serta perlengkapan hewan peliharaan seperti: makanan kucing, vitamin, aksesori, pasir, kandang serta lainya.

Toko Ki Petshop sudah ada pada tahun 2020 sampai dikala ini sudah bertumbuh serta mempunyai klien akan tidak terbatas. Gerai Ki Petshop ialah upaya akan terkategori dalam upaya kecil menengah akan beranjak dibidang pemasaran serta perkakas, perlengkapan, serta bermacam produk santapan binatang piaraan. Berdialog hal produk, kalau produk akan di tawarkan pada pelanggan bukan cuma dari satu produk melainkan ada bermacam berbagai produk akan terkhusus pada produk santapan kucing.

Dalam melaksanakan bisnisnya toko Ki petshop senantiasa mencermati pembagian penjualan akan bagus supaya senantiasa terpelihara eksistensinya di tengah warga dan membuat pelanggan buat patuh kepada produk. Pada toko Ki petshop pelanggan lebih banyak membeli produk santapan kucing. Selanjutnya ini informasi jumlah pelanggan akan sudah bebrbelanja di toko Ki petshop

Data konsumen di toko Ki petshop tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah Konsumen
2020	1.933
2021	2.356
2022	2.215
2023	2.143

Sumber: hasil wawancara langsung di toko petshop

Bersumber pada bagan 1. 1 diatas sepanjang 4 tahun terakhir terjalin instabilitas jumlah pelanggan akan membeli- beli di toko Ki petshop. Pada tahun 2020 jumlah pelanggan akan tiba ke toko Ki petshop ialah 1. 933. setelah itu pada tahun 2021 ada jumlah pelanggan sebesar 2. 256, perihal ini terjalin kenaikan dari tahun lebih dahulu. Di tahun 2022 terjalin penyusutan jumlah pelanggan ialah ada 2. 115 pelanggan akan membeli- beli di toko Ki petshop. Serta di tahun 2023 jumlah kosumen sebesar 2. 143 hal ini diakibatkan karena sudah banyaknya bidang usaha petshop tersebut.

Pada toko Ki petshop terdapat berbagai macam produk yang di jual dengan harga yang berbeda-beda dimulai dari berbagai merk produk makanan kucing, seperti: life cat, cat choize, whiskas, bolt, excel, mister puss, ori cat dan lainnya, namun belum terlalu lengkap untuk variasi produk

yang tersedia di toko. Pada toko tersebut terdapat berbagai pilihan produk sejenis yang tersedia seperti produk makanan kucing yang memiliki berbagai merk sehingga menjadikan konsumen sulit dalam menentukan pilihan produk.Jumlah penjualan produk makanan kucing berbagai merk

Jenis Produk Makanan Kucing	Tahun			
	2020	2021	2022	2023
Royal canin	85	93	90	95
Whiskas	380	395	330	318
Pro Plan	70	93	80	75
Cleo	78	60	55	52
Me-O	300	312	355	364
Cat Choize	215	200	190	182
Excel	93	95	80	85
Life Cat	160	180	175	170
Lezato	80	65	68	74
Bolt	190	195	184	175
Beauty	70	75	72	65
Mister Puss	115	90	85	70

Sumber: hasil observasi langsung di toko

Toko Ki petshop menyediakan berbagai macam merek produk makanan kucing. Dengan adanya berbagi macam merek sejenis produk makanan kucing tentu juga memiliki kualitas yang berbeda. Dalam hal ini konsumen ada yang memperhatikan manfaat atau informasi terait dari produk makanan ucing yang dibeli tetapi ada juga konsumen yang kurang memperhatikan manfaat dari produk. Maka dari itu konsumen sering menggonta ganti produk makanan kucing yang di beli sampai menemukan produk yang tepat.

Tidak hanya dari mutu produk, buat ketersediaan produk pada gerai ki petshop sedang dibilang belum sangat komplit. Perihal ini jadi salah satu aspek akan bisa pengaruhi atensi beli pelanggan buat membeli- beli ke gerai ki petshop sebab bekal produk akan belum komplit. Bila produk akan di idamkan pelanggan tidak ada di gerai perihal ini bisa membuat pelanggan buat berpindah pada gerai lain dalam melaksanakan pembelian produk.

Jika hendak melaksanakan pembelian sesuatu produk, pelanggan hendak memikirkan harga pada produk itu. Pada toko petshop itu ada sebagian perbandingan harga pemasaran produk di bandingkan atas gerai petshop akan lain. Perihal ini akan membuat pelanggan buat memikirkan dalam pembelian produk bila harga akan di miliki berlainan dari umumnya.

Berdasarkan latar belakang itu hingga penulis tertarik untuk mempelajari dari permasalahan akan terdapat atas judul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Produk Makanan Kucing (Studi Kasus Toko Ki Petshop Di Kota Padang Panjang)**

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan field reseach ialah melaksanakan riset dnegan turun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi atas pendekatan kuantitatif. Dalam pengumpulan data metode yang dipakai yaitu purposive sampling. Sumber informasi akan dipakai ialah data primer akan didapat dari responden lewat penyebaran angket. Metode analisa informasi akan dipakai merupakan percobaan anggapan klasik, analisa regresi linear berganda serta percobaan anggapan. Riset ini bermaksud untuk (1) mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk kepada minat beli pada produk makanan kucing di gerai ki petshop, (2) seberapa besar pengaruh ketersediaan produk kepada atensi beli pada produk santapan kucing di gerai ki petshop ,(3) seberapa besar pengaruh harga kepada minat beli pada produk santapan kucing di gerai ki petshop, (4) seberapa besar kualitas produk, ketersediaan produk, serta harga kepada minat beli.

.

III. Hasil Dan Pembahasan

HASIL

A. Hasil Analisis Data

1. Uji Normalitas

Bersumber pada pengerjaan informasi akan dicoba atas memakai SPSS di dapat hasil selaku selanjutnya

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,89282054
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,077
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,091[c]

Bersumber pada bagan hasil percobaan normalitas one sample kolmogorov- smirnov Test, angka Asymp. Sig 2- tailed ialah sebesar 0, 091 hingga informasi berdistribusi wajar sebab angka Asymp. Sig 2- tailed≥ 0, 05 ataupun 0, 091≥ 0, 05 alhasil Ho diperoleh. Jadi bisa disimpulkan kalau informasi berdistribusi wajar.

2. Uji Multikolinearitas

a) Bila keterbukaan value≥ 0, 10 serta VIF≤ 10, 0, hingga bisa disimpulkan kalau tidak terjalin multikolinearitas.
b) Bila keterbukaan value≤ 0, 10 serta VIF≥ 10, 0 hingga bisa dibilang kalau terjalin multikolinearitas

.

Hasil Tes Multikolinearitas

Coefficients[a]

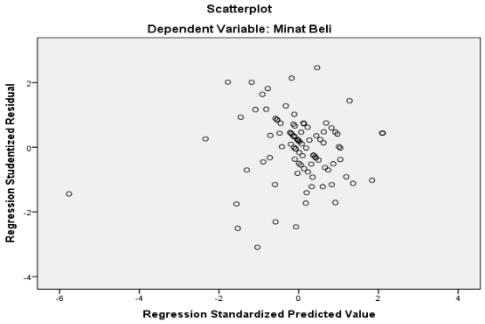
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	,529	1,889
	Ketersediaan Produk	,568	1,762
	Harga	,625	1,601

Bersumber pada pada bagan 4. 14 diatas akan diperoleh dari percobaan multikolinearitas memnunjukan kalau:

1) Angka Tolerance pada elastis Mutu Produk(X1) sebesar 0, 529 atas angka standar tolerance sebesar 0, 10 serta angka VIF sebesar 1. 889 atas angka standar VIF 10, 0 hingga di simpulkan tolerance 0, 529≥ 0, 10 serta angka VIF 1, 889≤ 10, 0 perihal ini membuktikan tidak terjalin multikolinearitas.
2) Angka Tolerance pada elastis Ketersediaan Produk(X2) sebesar 0, 568 atas angka standar tolerance sebesar 0, 10 serta angka VIF sebesar 1. 762 atas angka standar VIF 10, 0 hingga di simpulkan tolerance 0, 568≥ 0, 10 serta angka VIF 1, 762≤ 10, 0 perihal ini membuktikan tidak terjalin multikolinearitas.
3) Angka Tolerance pada elastis Harga(X3) sebesar 0, 625 atas angka standar tolerance sebesar 0, 10 serta angka VIF sebesar 1, 601 atas angka standar VIF 10, 0 hingga di simpulkan tolerance 0, 625≥ 0, 10 serta angka VIF 1, 601≤ 10, 0 perihal ini membuktikan tidak terjalin multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Selanjutnya ini hasil percobaan heteroskedastisitas akan dihidangkan dalam wujud lukisan dibawah ini:



Bersumber pada lukisan pada diagram scatterplot diatas bisa disimpulkan kalau titik- titik menabur atas cara random serta terhambur di atas ataupun dibawah nilai 0 pada sumbu Y. Diagram tersebut pula tidak membuat suatu pola khusus akan nyata. Hingga riset ini bisa disimpulkan tidak terjalin heterokastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil Tes Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.532	2,906		1.874	,989
	Kualitas Produk	,180	,083	,198	2,162	,033
	Ketersediaan Produk	,113	,101	,099	1,990	,266
	Harga	,630	,092	,574	6,820	,000

Dari pertemuan diatas bisa didapat kesimpulan selaku selanjutnya:

a. Angka konstanta dari elastis mutu produk, ketersediaan produk serta harga kepada atensi beli sebesar 6. 532. Perihal ini bisa dimaksud kalau bila angka elastis mutu produk(X1), ketersediaan produk(X2), harga(X3) tidak pengaruhi pergantian hingga angka elastis atensi beli sebesar 6. 532.
b. Angka koefisien regresi elastis mutu produk berharga positif ialah 0, 180. Perihal ini bisa dimaksud kalau tiap ekskalasi satu nilai hingga hingga hendak tingkatkan atensi beli sebesar 0, 180. Perihal ini berarti kalau elastis mutu produk memiliki akibat positif kepada atensi beli.
c. Angka koefisien regresi elastis ketersediaan produk berharga positif ialah 0, 113. Perihal ini bisa dimaksud kalau tiap ekskalasi satu nilai hingga hingga hendak tingkatkan atensi beli sebesar 0, 113. Perihal ini berarti kalau elastis ketersediaan produk memiliki akibat positif kepada atensi beli.
d. Angka koefisien regresi elastis harga berharga positif ialah 0, 630. Perihal ini bisa dimaksud kalau tiap ekskalasi satu nilai hingga hingga hendak tingkatkan atensi beli sebesar 0, 630. Perihal ini berarti kalau elastis harga memiliki akibat positif kepada atensi beli.

5. Uji Koefisien Determinasi

Hasil percobaan koefisien pemastian bisa diamati pada bagan dibawah ini atas diolah memakai SPSS

Bagan 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770[a]	,593	,579	2,93961

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

Sumber: Data primer diolah 2024 (SPPS V 24)

Bersumber pada pada bagan 4. 16 diatas membuktikan kalau angka R Square sebesar 0, 593 perihal ini bisa dimaksud kalau akibat mutu produk, ketersediaan produk serta harga merupakan sebesar 59, 3%. Hingga bisa disimpulkn kalau elastis X1, X2 serta X3 mempengaruhi atas cara simultan kepada elastis Y ialah atas angka sebesar 59, 3% sebaliknya lebihnya 40, 7% dipengaruhi oleh elastis lain akan tidak diawasi dalam riset ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Tes T)

Pada pengetesan statistik ialah percobaan t, angka t jumlah hendak dibanding atas angka t bagan

Uji Signifikansi Parsial (Tes T)
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.532	2,906		1.874	,989
	Kualitas Produk	,180	,083	,198	2,162	,003
	Ketersediaan Produk	,113	,101	,099	1,990	,001
	Harga	,630	,092	,574	6,820	,000

a. Dependent Variable: Atensi Beli

bersumber pada hasil percobaan t diatas bisa diamati kalau:

a. Elastis mutu produk atas angka Thitung sebesar 2. 162 serta Tbagan sebesar 1. 985 ataupun Thitung(2. 162)≥ Tbagan(1. 985) hingga bisa disimpulkan Ha diperoleh akan adtinya mutu produk mempengaruhi penting kepada atensi beli
b. Elastis ketersediaan produk atas angka Thitung sebesar 1. 990 serta Tbagan sebesar 1. 985 ataupun Thitung(1. 990)≥ Tbagan(1. 985) hingga bisa disimpulkan Ha diperoleh akan

maksudnya ketersediaan produk mempengaruhi penting kepada atensi beli

c. Elastis harga atas angka Thitung sebesar 6. 820 serta Tbagan sebesar 1. 985 ataupun Thitung(6. 820)≥ Tbagan(1. 985) hingga bisa disimpulkan Ha diperoleh akan maksudnya harga mempengaruhi penting kepada atensi beli

b. Uji Signifikan Simultan (Tes F)

Uji Signifikansi Simultan (Tes F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1156,491	3	385,497	44,611	,000[b]
	Residual	794,999	92	8,641		
	Total	1951,490	95			

Berikut hasil tes F_{bagan}

F_{bagan} = F (α) (k-1, n-k)

= F (0,05) (4-1, 96-3)

= F (0,05) (3, 93)

= 2,70

Bersumber pada pada bagan 4. 18 diatas membuktikan kalau angka Sig. Sebesar 0, 000 hingga angka Sig.(0, 000)≤ 0, 05 bisa diamati angka F hitung sebesar 44, 611 serta F tabel sebesar 2, 70 hingga angka Fhitung(44, 611)≥ Fbagan(2, 70) dalam perihal ini Ha diperoleh. Hingga bisa disimpulkan kalau elastis mutu produk, ketersedian produk serta harga mempengaruhi atas cara simultan kepada elastis atensi beli.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli

Mutu produk ialah keahlian, keseluruhan fitur serta karakter produk ataupun pelayanan akan tergantung pada kemampuannya buat melegakan keinginan pelanggan akan diklaim ataupun tersirat oleh perusahaaan. Bila industri memproduksi produk akan bermutu baik hingga hendak memperoleh profit akan lebih besar disebabkan pelanggan akan patuh kepada produk serta bisa memunculkan atensi beli untuk pelanggan akan mau mengenakan produk.

Bersumber pada hasil pengetesan anggapan di dapat angka penting ialah 0, 000≤ 0, 05 akan dibuktikan atas percobaan t dimana thitung≥ tbagan(2. 162≥ 1. 985) maksudnya riset ini membuktikan kalau ada akibat positif serta penting pada elastis kualita produk(X1) kepada atensi beli dalam melaksanakan pembelian produk santapan kucing. oleh sebab itu bisa disimpulkan kalau H1 diperoleh serta Ho ditolak. Dimana elastis mutu produk mempengaruhi positif serta penting kepada atensi beli serta anggapan ini diperoleh cocok atas hasil riset.

Perihal ini cocok atas filosofi akan dikemukakan oleh Kotler serta Amstrong akan mana karakter sesuatu produk atatu pelayanan akan sanggup mendukung kemampuannya buat melegakan keinginan klien. Dalam perihal ini mutu produk mempengaruhi kepada atensi beli pelanggan dalam pembelian produk santapan kucing disebabkan kala membeli sesuatu produk pelanggan lebih memikirkan mutu produk dari santapan kucing alhasil memunculkan atensi beli pelanggan buat melaksanakan pembelian produk itu. Terus menjadi baik mutu produk akan ada pada gerai hingga hendak bisa tingkatkan pemasaran produk santapan kucing serta bisa menarik atensi beli pelanggan dalam membeli-beli pada gerai.

Dalam pemikiran islam kenaikan mutu(ikhsan) merupakan sesuatu perihal akan wajib dicoba. Aksi akan melalaikan mutu ialah aksi akan percuma. Begitu pula pada produk, bila mutu produk diabaikan, pelanggan hendak berasumsi balik buat melaksanakan pembelian . Hal ini sesuai atas surat Al Baqarah ayat 168

يَاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّه لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: Aduhai orang, makanlah beberapa(santapan) di alam akan halal lagi bagus serta janganlah menjajaki langkah- langkah setan. Sebetulnya beliau bagimu ialah kompetitor akan jelas.

Hasil riset ini searah atas riset terdahulu akan dicoba oleh Rizqy Tsaniya serta Ni Luh Wayan Cinta Telagawathi atas hasil riset akan membuktikan kalau mutu produk mempunyai akibat akan penting serta positif kepada atensi beli pelanggan di warung kopi Nau kecamatan Seririt.

2. Pengaruh Ketersedian Produk terhadap Minat beli

Ketersediaan produk ialah selaku keahlian sebuah perusahaan atau toko untuk menyediakan produk akan dibutuhkan pelanggan dalam jumlah akan mencukupi serta pada dikala akan pas.

Terdapatnya ketersediaan produk pasti saja menghasilkan pelanggan lebih gampang dalam mendapatkan produk akan diharapkan. Pelanggan bisa merasa suka bila produk akan dinginkan gampang didapat atau ada. Oleh sebab itu, produk wajib didistribusikan oleh industri atas bagus alhasil produk gampang didapat pelanggan. Maksudnya, ketersediaan produk ialah metode akan kilat serta pas buat menciptakan apa akan jadi kemauan serta impian pelanggan atas metode akan gampang diterima

Bersumber pada hasil pengetesan anggapan di dapat angka penting ialah 0, 000≤ 0, 05 akan dibuktikan atas percobaan t dimana thitung≥ tbagan(1. 990≥ 1. 985) maksudnya riset ini membuktikan kalau ada akibat positif serta penting pada elastis ketersedian produk(X2) kepada atensi beli dalam melaksanakan pembelian produk santapan kucing. oleh sebab itu bisa disimpulkan kalau H2 diperoleh serta Ho ditolak. Dimana elastis ketersediaan produk mempengaruhi positif serta penting kepada atensi beli serta anggapan ini diperoleh cocok atas hasil riset.

Ketersediaan produk santapan kucing pada gerai ki petshop membagikan akibat kepada atensi beli pelanggan perihal ini berarti pelanggan senantiasa melaksanakan pembelian pada gerai ki petshop disebabkan produk akan dicari ada pada gerai itu alhasil menghasilkan pelanggan buat patuh dalam membeli- beli di gerai ki petshop. Hingga dari itu pedagang butuh senantiasa mencek persediaan produk santapan kucing akan dibutuhkan pelanggan supaya senantiasa mempertahan kepatuhan pelanggan serta memunculkan atensi beli buat membeli produk di gerai alhasil pelanggan dapat membagikan saran pada sahabat, keluarga ataupun orang terdekat buat membeli- beli di gerai ki petshop.

Dalam islam memproduksi suatu benda tidaklah hanya buat disantap sendiri ataupun di jual ke pasar. Dalam islam pada prinsipnya menekankan aktivitas penciptaan akan tidak cuma menyudahi pada guna ekonominya saja namun pula searah atas guna sosial.

Hasil riset ini searah atas riset terdahulu ialah Khairani atas hasil riset akan membuktikan kalau dalalm penelitiannya akan bertajuk" Akibat Mutu jasa serta ketersediaan produk kepada atensi beli pada pos LPG 3 Kilogram UD. Rani di Sampit" membuktikan hasil kalau elastis ketersediaan produk mempengaruhi penting kepada atensi beli.

3. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Harga merupakan jumlah seluruh angka akan diserahkan oleh klien buat memperoleh profit akan dipunyai ataupun memakai sesuatu produk ataupun pelayanan. Jadi harga ialah satu- satunnya bagian dalam memastikan pangsa pasar serta profit sesuatu industri. Dalam perihal lain harga pula ialah perihal akan dicermati pelanggan dikala hendak melaksanakan pembelian.

Bersumber pada hasil pengetesan anggapan di dapat angka penting ialah 0, 000≤ 0, 05 akan dibuktikan atas percobaan t dimana thitung≥ tbagan(6. 820≥ 1. 985) maksudnya riset ini membuktikan kalau ada akibat positif serta penting pada elastis harga(X3) kepada atensi beli dalam melaksanakan pembelian produk santapan kucing. oleh sebab itu bisa disimpulkan kalau H3 diperoleh serta Ho ditolak. Dimana elastis harga mempengaruhi positif serta penting kepada atensi beli serta anggapan ini diperoleh cocok atas hasil riset.

Hasil riset ini mununjukan kalau elastis harga mempengaruhi atas cara penting kepada elastis atensi beli perihal ini terjalin sebab harga akan ditawarkan oleh pedagang di gerai ki petshop harga akan terjangkau dan sesuai untuk pelanggan hingga mungkin besar pelanggan bernazar buat membeli produk akan di idamkan pada gerai ki petshop. Perihal ini cocok atas filosofi akan di kemukakan oleh Philip Kotler kalau harga dibilang selaku beberapa angka ataupun duit akan diberatkan atas sesuatu produk akan di ubah pelanggan buat mendapatkan khasiat dari produk serta jadi aspek berarti untuk pelanggan.

Harga jual produk santapan kucing pada gerai ki petshop memanglah lumayan terjangkau serta lebih murah dibanding atas tokko petshop lain.

Tetapi ada pula sebagian gerai petshop lain akan menaruh harga jauh lebih mahal dibanding atas gerai ki petshop. Perihal ini bisa jadi materi estimasi untuk pelanggan dalam membeli sesuatu produk disebabkan harga akan lebih terjangkau. Pada dasarnya bila pelanggan hendak membeli sesuatu produk akan di idamkan hingga harga jadi perihal penting bila ada selisish harga akan jauh dampingi kompetitor.

Terdapatnya sesuatu harga akan seimbang sudah jadi pegangan akan pokok dalam bisnis akan islami. Pada prinsipnya bisnis bidang usaha wajib dicoba pada harga akan seimbang, karena beliau merupakan baakanan dari komitmen syari' ah islam kepada kesamarataan akan global. Atas cara biasa harga akan seimbang ini merupakan harga akan tidak menimbulakan pemanfaatan ataupun aniaya alhasil mudarat salah satu pihak serta profibagan pihak akan lain. Harga wajib memantulkan khasiat untuk konsumen serta penjualnya atas cara seimbang, ialah pedagang mendapatkan profit akan wajar serta konsumen mendapatkan khasiat akan sebanding atas harga akan dibayarkan. Perihal ini ada dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 akan berbunyi:

يَاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: Aduhai banyak orang akan beragama! Janganlah kalian silih menyantap harta sesamamu atas jalur akan batil(tidak betul), melainkan dalam perdagangan akan legal atas bawah senang serupa senang di antara kalian. Serta janganlah kalian menewaskan dirimu. Sangat, Allah Maha Pengasih kepadamu.

Hasil riset ini searah atas hasil riset terdahulu akan di kemukakan oleh Arrahma Elian Tania, Haris Hemawan, Ahmad Izzuddin atas kepala karangan riset" Akibat Posisi serta Harga kepada Atensi Beli pada BUMDes Ajong Rejo" atas hasil peneltian kalau harga mempengaruhi atas cara parsial kepada atensi beli pada BUMDes Ajong Rejo.

Riset terdahulu akan dicoba oleh Ni Kadek Yusnia Badar Ekstrak, I Wayan Pantiyasa, I Baginda Cantik Eka Suwintari atas kepala karangan riset" Akibat Harga serta Advertensi kepada Atensi Beli Pelanggan di Mercure Bali Legian". Hasil riset ini membuktikan kalau elastis harga benilai positif serta harga mempengaruhi atas cara parsial ataupun penting kepada atensi beli.

4. **Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Harga terhadap Minat Beli**

Bersumber pada hasil riset ini melaporkan kalau anggapan ini meyakinkan kalau elastis kualitas produk(X1), ketersediaan Produk(X2) serta harga(X3) mempengaruhi secara simultan kepada pada minat beli. Perihal ini di amati dari hasil percobaan F dimana angka akan di dapat buat Fhitung sebesar 44, 611 sebaliknya angka Fbagan sebesar 2, 70 alhasil Fhitung≥ F bagan

(44, 611≥ 2, 70) serta Sig. 0, 000≤ 0, 05.

Bersumber pada hasil percobaan koefisien pemastian kalau angka R square akan diterima ialah sebesar 0, 593, alhasil bisa dibilang kalau elastis mutu produk, ketersediaan produk serta harga atas angka sebesar 59, 3% serta lebihnya 40, 7% dipengaruhi oleh elastis lain akan tidak diawasi dalam riset ini. Alhasil bisa dibilang kalau faktor- faktor akan pengaruhi atensi beli pelanggan dalam pembelian produk santapan kucing lebih berkuasa pada mutu produk, ketersediaan produk serta harga.

IV. Kesimpulan dan Saran

Bersumber pada hasil riset serta ulasan akan hal faktor- faktor akan pengaruhi atensi beli pelanggan pada produk santapan kucing pada gerai ki petshop hingga bisa dismpulkan selaku selanjutnya:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dalam melakukan pembelian produk makanan kucing. Dimana nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sehingga dalam penelitian H_1 diterima. Dengan hasil ini diharapkan penjual untuk tetap memperhatikan kualitas produk yang yang di jual untuk dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan menimbulkan minat beli dalam berbelanja pada toko Ki petshop.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dalam melakukan pembelian produk makanan kucing. Dimana hasil yang didapat bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sehingga dalam penelitian ini H_2 diterima. Hal ini karena penjual selalu menyedikan barang atau produk yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga menjadikan konsumen untuk teratrik membeli produk makanan kucing di toko ki petshop.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dalam melakukan pembelian produk makanan kucing. Dimana hasil yang didapat dengan uji T bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ sehingga dalam penelitian ini H_3 diterima. Harga jual produk makanan kucing pada toko ki petshop memang cukup terjangkau dan lebih ekonomis dibandingkan dengan tokko petshop lain. Pada dasarnya apabila konsumen akan membeli suatu produk yang diinginkan maka harga menjadi hal utama apabila terdapat selisish harga yang jauh antar pesaing.
4. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat bahwa variabel kualitas produk, ketersediaan produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dalam melakukan pembelian produk makanan kucing. Hal ini berarti faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen lebih dominan pada kualitas produk, ketersediaan produk dan harga yang mempengaruhi konsumen untuk menarik minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

Hamzah Muchtar, Evan,‘ Rancangan HUKUM Bidang usaha SYARIAH DALAM AL-QUR’ ANSURAT AL- BAQARAH[2] Bagian 168- 169(Amatan Tematis Mencari Keuntungan Halal)’, Harian Ekonomi Serta Bidang usaha Islam, 2. 1(2020), 156–70

Hermawan, Dedi Joko,‘ Faktor- Faktor Akan Pengaruhi Atensi Beli Online’, Harian Objektif Ecobuss, 9. 2(2021), 100–110

Hidayat, Taufan,‘ Analisa Akibat Produk, Harga, Advertensi, Serta Posisi kepada Ketetapan Pembelian Rumah Makan Chef Jody Di Magelang’, Harian Ilmu Manajemem, 17. 2(2020), 95–105

Indranata, Charisma Jalil,‘ Sikap Pelanggan Islam Modern Perspektif Mengkonsumsi Dalam Islam’, Islamika: Harian Ilmu- Ilmu Keislaman, 22. 01(2022), 59–81

Indrasari Meithiana, Dokter., Penjualan Serta Kebahagiaan Klien(Surabaya: Unitomo Press, 2019)

Muslimin, Supriadi, Zainab Zainab, and Wardah Jafar,‘ Rancangan Penentuan Harga Dalam Perspektif Islam’, Al- Azhar Journal of Islamic Economics, 2. 1(2020), 1–11

Nanda Bella Fidanty, Wahyono,‘ Aspek AKAN Pengaruhi Atensi BELI Pelanggan DI Gerai ONLINE’, Physical Review(Series I), 32. 2(1911), 254–55≤https: atau atau kekasih. org atau 10. 1103 atau PhysRevSeriesI. 32. 254≥

Nasyarudin Khabibi, Heru Suprihadi,‘ Akibat Bungkusan, Harga Serta Advertensi kepada Ketetapan Pembelian Air Minum Dalam Bungkusan Merk Santri’

Nur Faizi, Muhammad Suharjo, Freddy Pungky Putra, muhammad Lutfhi Akbar, Usep Suhud,‘ Faktor- Faktor Akan Pengaruhi Hasrat Buat Mendatangi Tempat Hiburan Sepanjang Endemi Covid- 19’, Journal of Business Theory and Practice, 10. 2(2021), 6

Nuryani, Dini hari Tri, Nurkesuma Nurkesuma, and Baruna Hadibrata,‘ Pemastian Ketetapan Pembelian: Harga, Advertensi Serta Mutu Produk(Literature Review Manajemen Penjualan)’, Harian Ekonomi Manajemen Sistem Data, 3. 4(2022), 452–62≤https: atau atau kekasih. org atau 10. 31933 atau jemsi. v3i4≥

Philip Kotler serta Gary Amstrong, Prinsip- Prinsip Penjualan(Jakarta: Salemba 4, 2018)

Gadis, Bella, and Shara Merry,‘ Akibat Bungkusan Serta Harga kepada Ketetapan Pembelian’, 2022, 107–14

Rizki Wulanita Batubara, Rakhmawati Purba, Rumiris Siahaan, Fitri Hanum Lubis,‘ Akibat Hasrat, Ketersediaan Produk Serta Korting Pada Kepatuhan Klien Irian Supermarket Dept. Store Tebing Besar’, 7. 1(2024), 314–21

Rojiati, Umi, Meter Kom I Gazi Saloom, Meter Sang Rosmawati, S Pi, and Meter Sang Fathihani, Filosofi Sikap Pelanggan, ed. by Meter. T Ahmad Jibril, S. T., pertama(Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021)

Sabri, Sabri, Prilaku Pelanggan, ed. by Joniswan(Bandung, 2023)

Sandu Siyoto, Meter. Ali Sodik, Bawah Metodologi Riset(Yogyakarta: Literasi Alat Publishing, 2015)

Ekstrak, Saidah Gadis,‘ Ikatan Atensi Beli Atas Ketetapan Pembelian Pada Pelanggan’, 8. 1(2020), 147–55

Sudiyono, and Maris Kurniawati, Manajemen Penjualan(Apes, 2021)

Sugiyono, Tata cara Riset Kuantitatif, Kualitatif, Serta R&D (Bandung: CV. Alfabeta, 2018)