

**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *PACKAGING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN  
BROWCYL DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Islam Negeri (IAIN) Palopo*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2024**

**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *PACKAGING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN  
BROWCYL KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Islam Negeri (IAIN) Palopo*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andi Annisa Afdal  
Nim : 20 0401 0120  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 10 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Andi Annisa Afdal

20 0401 0120

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh *Food Quality* dan *Packaging* terhadap keputusan Pembelian Pada Konsumen Browcyl di Kota Palopo yang ditulis oleh Andi Annisa Afdal Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004010120, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 22 Oktober Miladiyah bertepatan dengan 19 Rabiul Akhir 1446 Hijriah 2024 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 29 Oktober 2024

### TIM PENGUJI

- |                                  |                   |     |
|----------------------------------|-------------------|-----|
| 1. Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M.  | Ketua Sidang      | ( ) |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I.    | Sekretaris Sidang | ( ) |
| 3. Dr. Takdir, S.H.,M.H.,M.Kes.  | Penguji I         | ( ) |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M. | Penguji II        | ( ) |
| 5. Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M.  | Pembimbing        | ( ) |

### Mengetahui:

an Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
NIP. 198201242009012006



Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.  
NIP. 198907152019081001



serta salam atas kekasih Allah, sang pencerah Nabi Muhammad SAW. Yang semoga syafa'atnya mengalir kepada kita hingga akhir kelak, Aamiin.

Kepada yang terkasih, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua saya, yang telah memberikan dukungan moril dan materil yang tiada hentinya, tanpa doa, kasih sayang, dan pengorbanan kalian, saya mungkin tidak akan merasakan hal ini. Terima kasih atas segala nasihat, motivasi, dan cinta yang kalian berikan semoga Allah SWT senantiasa merahmati kalian dengan kesehatan, kebahagiaan, serta umur yang panjang. Ucapan terima kasih ini menggambarkan rasa syukur dan penghargaan saya terhadap kalian.\

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abbas Langaji, M.Ag. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan, Dr. Munir Yusuf, M.pd. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Dr. Masruddin, S.S.,M.Hum. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Mustaming, S.Ag.,M.HI.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Dr. Hj. Anita Marwing, S.H., M.HI. Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Muhammad Ilyas, S.AG., M.Ag.

3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI. Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah, Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E.
4. Bapak Ibu Dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, terkhusus staf prodi Ekonomi Syariah.
5. Kepada Pembimbing saya, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada saya, meluangkan waktunya dengan ikhlas kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini saya benar-benar ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih saya kepada beliau, semoga Allah senantiasa merahmati beliau di setiap langkahnya beserta seluruh keluarganya. Beliau menjadi salah satu inspirasi bagi saya agar menjadi orang yang lebih hebat lagi.
6. Kepada penguji I, Dr. Takdir, S.H.,M.H.,M.Kes. dan Penguji II, Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M yang telah banyak memberi arahan, kritikan, serta masukan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Penasehat akademik, Muh. Abdi Imam, SE., M.SI., Ak., CA.
8. Kepala perpustakaan IAIN Palopo, Abu Bakar, S.Pd., M.Pd. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada saudara saya dan seluruh keluarga yang selama ini membantu dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini semoga

Allah merahmati kita dengan keberkahan, kesehatan, dan rejeki yang berlimpah.

10. Teruntuk dukungan, kebersamaan, dan bantuan yang teman-temanku berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian membuat setiap tantangan menjadi lebih ringan dan setiap keberhasilan menjadi lebih bermakna.
11. Kepada teman Magang Samsat Kota Palopo, juga teman seperjuangan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang banyak memberi dukungan dan semangat kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan, saya ucapkan terima kasih.
12. Kepada Teman-teman seperjuanganku dini, dea, rahma, hasni, nuri, leha, putri. semoga lelah yang dirasakan saat menyusun Skripsi ini terbayarkan dengan senyum kedua orang tua yang menunggu dirumah.
13. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 20 (Khususnya teman-teman kelas Ekis E), yang sudah kebersamaian 6 semester, banyak canda tawa yang telah dilalui bersama, semoga kita semua bisa sukses dengan jalan kita masing-masing, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan studi ini.
14. Kepada Andi Annisa Afdal, diri saya sendiri, terima kasih atas semua kerja keras dan juga telah berani menghadapi tantangan serta tidak menyerah meskipun menghadapi berbagai kesulitan dan keraguan dalam mengerjakan skripsi ini. Menghargai setiap langkah kecil dalam hidup ini adalah bukti dari keteguhan hati dan keinginan kuat yang tumbuh,

sehingga dapat membawa saya sampai ke titik ini. Saya berjanji akan terus mengapresiasi diri saya atas setiap usaha-usaha kecil yang saya lakukan. Terima Kasih Andi Annisa Afdal.

Semoga setiap bantuan, dukungan, doa dan kerjasama yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah SWT.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga usaha penulis bernilai ibadah disisi Allah Subhanahu Wata'ala Aamiin Allahumma Aamiin.



Palopo, 11 Juni 2024

Andi Annisa Afdal

20 0401 0120

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

**Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan**

Bahasa Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s/a	s/	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H}a	h}	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z/al	z\	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik dibawah)
ض	d}ad	d}	es (dengan titik dibawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik dibawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	apostrof terblik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	ye

Hamzah ( ء ) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

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

**Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal**

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
آ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

**Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap**

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ- يَ	Fathah dam ya'	Ai	a dan i
اَ- وَ	Fathah dan wau	Au	Au

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوْلٌ : Haula

### B. Maddah

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

**Tabel 0.4 Maddah**

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...	<i>Fathah dan alif</i> atau <i>ya'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>Kasrah dan ya'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>Dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَامَ : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ

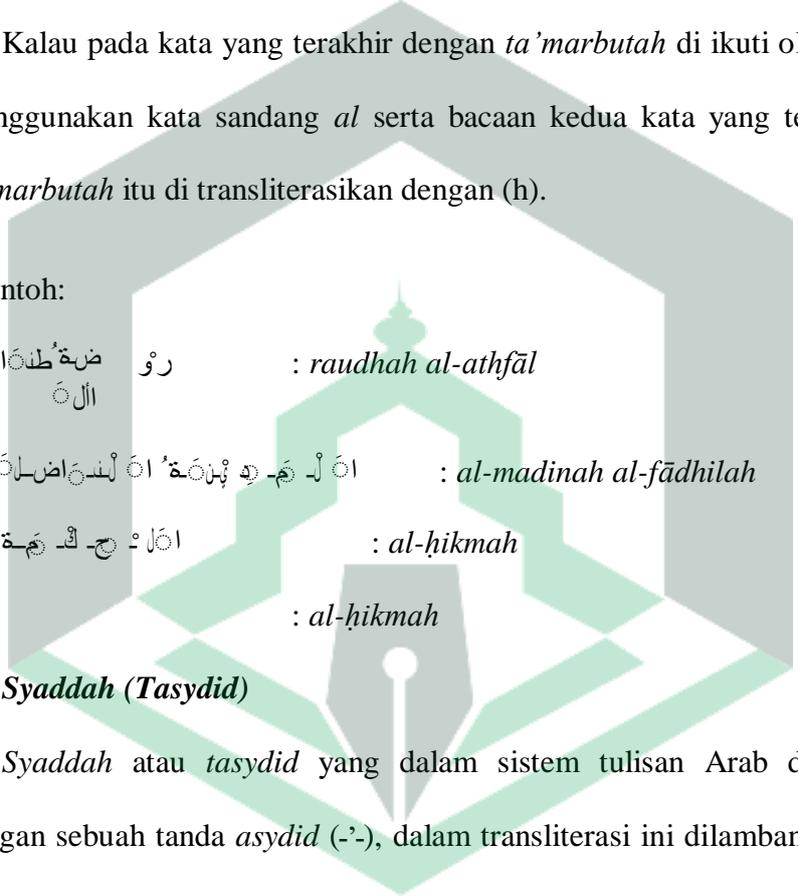
يَمُوتُ : *yamūtu*

### C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua, yaitu: *ta'marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah: [t] sedangkan *ta'marbutah* yang mati atau mendapatkan harakat suku, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta'marbutah* di ikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata yang terpisah maka *ta'marbutah* itu di transliterasikan dengan (h).

Contoh:



رَوْضَةُ طِفْلِ آلِ : *raudhah al-athfāl*  
أَلِ الْمَدِينَةِ الْفَاضِلَةِ : *al-madinah al-fādhilah*  
أَلِ الْحِكْمَةِ : *al-ḥikmah*  
: *al-ḥikmah*

### D. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *asydid* (-'), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf konsonan ganda yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّانَا : *rabbānā*  
نَجَّيْنَا : *najjainā*  
أَلِ الْحَقِّ : *al-ḥaqq*  
نُؤْمِنُ : *nu'ima*  
عَدُو : *'aduwwun*

Jika huruf *ع* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*عِ*), maka ia ditrasliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عِ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)  
 عِي : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)  
 ع  
 عِي  
 عِي

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang transliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qomariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الش- خمس : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
 ال- زلزال- : *al-zalزال*(*az-zalزال*)  
 ال- فلسفة : *al-falsafah*  
 ال- بلاد : *al-bilādu*

### F. Hamzah

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia

berupa *alif*.



Contoh:

تَمُرُّنَا : *ta'murūna*

الْأَنْعَامُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

### G. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba 'īn al-Nawāwī*

*Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah*

### H. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului seperti partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ *dīnullāh* بِبِلَّالِ *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafaz al-jalālah*, di transliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هَمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

بِإِيْرَادِ

### I. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahrū Ramadhān al-lazī unzila fīh al-Qur'ān*

*Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī*

*Naṣr Ḥāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfi*

*Al-Maṣlahah fi al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd MuḥammadibnRusyd, ditulis menjadi: IbnuRusyd, Abūal-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abūal-Walīd MuḥammadIbnu)

Naṣr Ḥāmid AbūZāid, ditulismenjadi: AbūZāid, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zāid, Naṣr Ḥamīd Abū)

#### **J. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SAW	= <i>Ṣallallāhu ‘Alaihi wa Sallam</i>
AS	= <i>‘Alaihi al-Salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
1	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat tahun
QS.../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4
HR	= Hadist Riwayat

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR KUTIPAN AYAT</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	12
B. Landasan teori .....	17
C. Kerangka Berfikir .....	29
D. Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi dan waktu penelitian.....	32
C. Defenisi Operasional Variabel .....	32
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Instrumen penelitian .....	37
G. Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen .....	38

H. Teknik Analisi Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
C. Pembahasan.....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>



## DAFTAR KUTIPAN AYAT

QS. Al-Baqarah (2):173 dan Terjemahannya .....	18
QS. Al-Hujurat (6) dan Terjemahannya .....	21
QS. An-Nisa (58) dan Terjemahannya .....	23



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional .....	32
<b>Tabel 3.2</b> Kriteria alternatif... ..	36
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Sampel.....	45
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Usia .....	46
<b>Tabel 4.3</b> Uji Validitas .....	47
<b>Tabel 4.4</b> Uji Reliabilitas X1... ..	49
<b>Tabel 4.5</b> Uji Reliabilitas X2... ..	49
<b>Tabel 4.6</b> Uji Reliabilitas Y .....	50
<b>Tabel 4.7</b> Uji Normalitas .....	51
<b>Tabel 4.8</b> Uji Multikolonieritas.....	52
<b>Tabel 4.9</b> Uji Regresi .....	54
<b>Tabel 4.10</b> Uji T .....	56
<b>Tabel 4.11</b> Uji F .....	58
<b>Tabel 4.12</b> Uji Determinasi .....	59
<b>Tabel 4.13</b> koefisien interpretasi determinasi .....	59

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1</b> Logo Browcyl .....	44
<b>Gambar 4.2</b> Uji Heterokedastisitas.....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Hasil Uji Output Spss 25

Lampiran 5 Distribusi Nilai R-Tabel

Lampiran 6 Distribusi Nilai T-Tabel

Lampiran 7 Sertifikat PBAK

Lampiran 8 Sertifikat Mahad

Lampiran 9 Cek Turnitin

Lampiran 10 Nota Dinas

Lampiran 11 SK Dosen Pembimbing Dan Penguji

Lampiran 12 Dokumentasi

Lampiran 13 Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**Andi Annisa Afdal, 2024** “*Pengaruh Food Quality dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Browcyl di Kota Palopo*”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (a) pengaruh *Food Quality* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota palopo (b) pengaruh *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo (c) *Food Quality* dan *Packaging* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Browcyl di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif dengan menggunakan Kuisisioner sebagai Instrumen penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Browcyl Kota Palopo, dengan teknik pengambilan Sampel yaitu *Nonprobability sampling* yang berjumlah 100 sampel yang dibagikan secara offline dan online. Alat ukur terbukti valid dan reliabel untuk instrumen penelitian. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan *Food Quality* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo. (2) terdapat pengaruh Positif dan signifikan *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo. (3) *Food Quality dan Packaging* secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.

**Kata kunci:** *Food Quality, packaging, keputusan pembelian*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era globalisasi sekarang ini, banyak perusahaan yang semakin berkembang sehingga membuat banyak pula persaingan yang muncul. Untuk menghadapi persaingan setiap perusahaan atau produsen harus meningkatkan kualitas produk untuk mendorong pelanggan melakukan pembelian ulang, pembelian berulang dapat berarti pelanggan loyal terhadap kualitas produk. Seiring berkembangnya teori pemasaran globalisasi telah mengalami peningkatan yang signifikan sejauh mana aktivitas pemasaran pada saat itu juga fokus pada keputusan konsumen. Manajemen perusahaan juga menjadi salah satu sains dan teknologi yang memberikan kontribusi yang besar bagi keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat kegiatan ekonomi pun turut mengalami perkembangan.<sup>1</sup>

Produktivitas sangat dipengaruhi oleh diferensiasi dan inovasi produk. Kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, ukuran produk yang mengurangi biaya pelanggan, kompleksitas produk, dan desain kemasan produk. Persaingan menjadi ketat karena banyak produsen bergabung untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Semua bisnis harus memuaskan pelanggan

---

<sup>1</sup>Makkulase, R., & Sari, N. I (2018). Implementasi manajemen sumber daya manusia (MSDM) pada perguruan tinggi keagamaan islam negeri (PTKIN) dinamis: journal of islamic management and bussiness, 1 (1).

adalah tujuan utama dari peran memperluas visi perusahaan.<sup>2</sup> Banyak faktor yang semakin berdampak pada daya saing usaha antara lain modal usaha, teknologi informasi, dan kapasitas produksi.<sup>3</sup>

Keberhasilan suatu perusahaan tergantung dalam kemampuannya menarik pelanggan terhadap produk yang dijualnya. Oleh karena itu, loyalitas merek mereka sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Kemasan produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas karena perannya dalam pengambilan keputusan pembelian penting pelanggan. Kemasan dapat menjadi alat komunikasi antara produsen dan konsumen melalui informasi pada produk melalui desain berupa simbol, gambar, artikel, dan informasi produk.<sup>4</sup> Pengemasan yang tepat dapat meningkatkan umur simpan dan mempertahankan nilai gizi makanan, karena sebagian besar prinsip dasar kerja pengemasan adalah untuk melindungi produk dan menjaga citra produk.

Kualitas dan daya tarik pangan yang baik dapat mempengaruhi jumlah pada pembelian. Dimana kualitas makanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dengan cara meningkatkan

---

<sup>2</sup>Nurjannah, Nurjannah, and Firman Pandu Ramadhan. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo." *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 4.1(2021):85-95.

<sup>3</sup>Jibria Ratna Yasir., ilham, & padli,k. "Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi Dan Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo," *al-kharaj: Journal of islamic economic and business* 4.1 (2022): 23-36.

<sup>4</sup>Parassih, Elfa Karin, and Eko Harry Susanto. "Pengaruh Visual Packaging Design (Warna, Bentuk, Ukuran) dan Packaging Labeling (Komposisi, Informasi Nilai Gizi, Klaim) terhadap Purchase Intentions Produk Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Di Jakarta." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5.1 (2021): 66-71.

atau menyediakan kualitas makanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>5</sup> Kualitas makanan tidak hanya dapat mempengaruhi keputusan pembelian, strategi pengemasan menjadi bagian dari persaingan harga dalam melakukan penjualan. Pengemasan yang baik tidak hanya sekedar menjaga kualitas pangan tetapi juga dapat membentuk keputusan pembelian konsumen, artinya kemasan menjadi alat pemasar karena peran kemasan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian konsumen.<sup>6</sup>

Menjaga loyalitas pelanggan juga merupakan hal penting dan bukan perkara yang mudah untuk menjaga sikap loyalitas serta kemampuan toko atau perusahaan untuk mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan secara terus-menerus. Dalam lingkungan yang kompetitif, berinvestasi pada kepuasan pelanggan adalah cara menguntungkan untuk mendapatkan keuntungan, dari banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas makanan, kemasan, kualitas makanan, dan lain sebagainya.

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap perbedaan yang dirasakan terhadap perubahan perbedaan yang dirasakan antara apa yang diharapkan dan kinerja produk bisnis untuk dipandu oleh keputusan dan kepuasan pelanggan adalah yang utama.<sup>7</sup> Strategi pemasaran merupakan suatu sistem yang memegang peranan penting dalam perusahaan dalam menjual produknya kepada

---

<sup>5</sup>Magdalena, Maria, And Suroso Winardi. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti CV. Rima Bakery Di Kota Padang." *Jurnal Pundi* 4.1 (2020).

<sup>6</sup>Dwijayanti, B.H.PA.,T.W.N.Y. Totok And S.J.A.M.H. Tannady. " Peran Promosi, Eco Friendly, Packaging, Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Ritel Kopi Susu". *Jurnal Kewarganegaraan*.6.3 (2022).

<sup>7</sup>Rahayu Sri, And Darman Syafe'i. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 5.2 (2022): 2192-2107.

pelanggan karena setiap perusahaan mempunyai kesempatan yang sama untuk memproduksi dan meningkatkan kualitas produknya.<sup>8</sup>

Tren produk dan perubahan preferensi konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dimana makanan tersebut saat ini dibuat dengan variasi yang berbeda-beda dan diolah dengan kualitas produk. Kualitas makanan mencakup karakteristik eksternal seperti ukuran, bentuk warna, konsistensi, tekstur dan rasa. Meskipun standar mutu makanan sulit untuk ditentukan dan tidak dapat diukur secara mekanis, namun tetap dapat diukur berdasarkan nilai gizinya. Mengetahui bahwa setiap orang mempunyai pendapatnya masing-masing, banyak faktor yang dapat mempengaruhinya, seperti usia, budaya, masyarakat dan ekonomi.<sup>9</sup>

Tidak hanya kualitas makanan yang menjadi tren produk, cara pengemasan produk juga menjadi turut menjadi tren. Khususnya kemasan ramah lingkungan sangat penting saat ini dalam menghadapi permasalahan lingkungan termasuk pemanasan global. Dengan pemasaran ramah lingkungan seperti ini, dapat menjadi upaya mengedukasi konsumen tentang manfaat dan nilai kemasan ramah lingkungan. Dengan menggunakan kemasan ramah yang ramah lingkungan anda dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan dimata pelanggan, serta dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Asti, A.,Makkulase, R.,& Jabani, M, (2016). “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Jilbab Di Pusat Niaga Palopo (PNP).” *Muamalah*,6.1(2016) : 41-47

<sup>9</sup>Hanifah, Regina Dewi “Pengaruh Food Quality Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus: Gaembul Korean And Japanese Restaurant Barbeque All You Cant Eat Cabang Bintaro)”. *Journal FAME: Journal Food And Beverage, Product And Services* 2.2 (2020).

<sup>10</sup>Fahmi, Muhammad Ainul, Et Al. “Analisis Green Marketing Terhadap Eco-Friendly Product Pada Convenience Store Menggunakan Metode Swot.” *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis* 5.2 (2023): 109-123.

Hadirnya kemasan ramah lingkungan merupakan suatu inovasi bagi produsen, perusahaan dengan pelanggan setia memberikan karakter jaminannya kepada keluarga atau sahabat dan kerabat, dan menciptakan daya tarik menjadi suatu kewajiban bagi pelanggan untuk terus memilih suatu produk. Hal ini dikarenakan produk tertentu hanya akan membuat pelanggan puas jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Salah satu bisnis yang saat ini menghadapi persaingan ketat untuk strategi pemasaran ramah lingkungan adalah industri makanan. Sebagaimana Brownis merupakan salah satu makanan yang banyak ditemui dikota Palopo oleh karena itu hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian setiap pelanggan dalam memilih suatu produk.<sup>11</sup>

Berbicara tentang pengambilan keputusan, maka proses pengambilan keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk atau jasa merupakan bagian yang penting bagi para pebisnis. Keputusan ini menunjukkan seberapa sukses rencana pemasaran yang direncanakan oleh pemasar mempengaruhi pembelian pelanggan. Saat ini, tingkat persaingan usaha dan semakin kompleksnya variabel-variabel yang mempengaruhi kualitas makanan dan kemasan, membuat proses pengambilan keputusan konsumen semakin sulit. Variabel yang berbeda dalam proses pengambilan keputusan juga dipengaruhi oleh bidang psikologis pelanggan, termasuk kelompok kepentingannya. Faktor lingkungan seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan pendidikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>Rahmayanti, Heri Indriya, And Samsul Arifin. "Pengaruh Green Product Quality, Green Corporat Image, Dan Green Packaging Terhadap Green Costumer Loyalty." Ummagelang Conference Series. 2022.

<sup>12</sup>Dr. H. Mashur Razak, SE, M.M. :Perilaku Konsumen, (2016) :206.

Perkembangan bisnis makanan saat ini sangat menarik untuk diteliti, karena membuka kesempatan bagi para pengusaha untuk bersaing dalam menarik pelanggan. Berkembangnya perusahaan-perusahaan baru yang memproduksi produk serupa berdampak pada meningkatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut dalam menarik usaha pelanggan, karena mereka menawarkan lebih banyak pilihan.<sup>13</sup> Sering dijumpai dikota Palopo toko-toko makanan yang menyediakan produknya dengan bervariasi agar bisa menarik perhatian konsumen untuk berkunjung salah satunya adalah Browcyl. Browcyl merupakan Brownis yang berbahan dasarnya pisang, browcyl ini diperkenalkan di Makassar sejak tahun 2012 oleh Ownernya bernama Rahmat Almu Arrif.

Berbeda dengan brownis pada umumnya owner Browcyl memilih melakukan inovasi dengan bahan utama pisang yang merupakan buah yang sering menjadi bahan utama makanan khas Makassar ini. Dibandingkan dengan produk brownis yang lain browcyl ini lebih berat dan padat disajikan dengan berbagai macam varian rasa yang ditawarkan. Dikota Palopo terdapat Browcyl, disana memiliki tempat yang nyaman, toko ini juga memiliki tempat yang tertutup karena dilengkapi dengan AC, dekorasi serta tata letak ruangan sangat tertata rapih agar konsumen dengan mudah memilih produk yang ingin mereka beli.

Browcyl menyediakan beberapa jenis rasa seperti Browcyl Fudgy, unti pandan, unti keju, unti tiramisu, unti bondon dan juga produk makanan lainnya seperti, pie dengan beragam rasa juga kreckers dengan beraneka varian. Setiap menu dinamakan unti, sesuai nama pisang dalam bahasa makassar, Browcyl

---

<sup>13</sup>Nurjaya, N., Erlangga,H.,Iskandar, A. S.,Sunarsi, D.,& Haryadi, R, N. “pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada pigeonoleh coffe bintaro tangerang selatan,” 2(2): 148.

memadukan penganan tradisional yang akrab dengan pisang, lalu menerapkannya pada konsep makanan khas amerika. Pisang yang telah di hancurkan dibentuk jadi olahan lalu dipanggang dalam bentuk persegi panjang. Alhasil jadilah brownies pisang yang padat dengan cita rasa yang empuk dan renyah di lidah.

Menggunakan pisang sebagai bahan utama dalam pembuatan brownies dapat menjadi tantangan karena tidak semua konsumen menyukai pisang, akar masalah yang timbul bisa berupa preferensi rasa dimana konsumen mungkin tidak menyukai rasa atau aroma pisang, yang dapat mengurangi minat mereka untuk mencoba produk, selanjutnya pada pemasaran dan branding dimana penekanan pada pisang sebagai bahan utama dalam pemasaran dapat mengalienasi segmen pasar yang tidak menyukai pisang sehingga diperlukannya strategi yang inklusif.

Seiring berjalannya waktu banyaknya pesaing-pesaing baru yang bermunculan di Kota Palopo membawa dampak pada penurunan jumlah konsumen tersebut disebabkan oleh adanya pengaruh kepuasan konsumen pada pesaing lain. Kepuasan konsumen biasanya dipengaruhi oleh situasi-situasi tertentu seperti persepsi harga, kualitas produk serta lokasi pada suatu produk. Kepuasan konsumen akan berdampak pada suatu tingkat volume penjualan perusahaan sehingga dapat memenangkan persaingan. Toko-toko kue khususnya di kota Palopo bersaing semakin ketat seiring berjalannya waktu.

Begitu pula dengan kemasan atau *packaging* beberapa konsumen mungkin tidak terlalu fokus terhadap desain kemasan, namun beberapa diantaranya tertarik dengan mutu dan inovasi kemasan, seperti kemasan dengan ramah lingkungan, apalagi baru-baru ini kita tengah dihadapkan persoalan krusial yang berkaitan

dengan penurunan kualitas kepekaan lingkungan salah satunya disebabkan oleh sampah plastik yang di tandai dengan pemanasan global, sehingga dengan adanya inovasi kemasan ini dapat membantu menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar. Di Browcyl sendiri beberapa produk yang disajikan tidak menggunakan plastik sebagai kemasan walaupun beberapa produk masih menggunakan dalam packagingnya maka dari itu mungkin saja bisa menjadi nilai plus dimata konsumen sehingga datang lagi untuk berbelanja disana.

Meskipun sekarang banyak bermunculan toko-toko makanan baru dengan fasilitas lengkap dengan produk yang lengkap pula, Browcyl masih mempertahankan kualitas produk-produknya melihat maraknya persaingan didunia kuliner. Ditengah Ketatnya persaingan, para pebisnis harus pandai memanage bisnis yang dijalani supaya tetap eksis dan berkembang di masyarakat. Penelitian ini mengacu pada penelitian Dona Laurika Br Sitepu, Hayanuddin Safri, dan Raja Saul Marto Hendry, dengan judul “Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Hasanah *Bakery* Rantau Prapat”<sup>14</sup> juga Penelitian dari Rangga Indra Fadilla, Ida Aryati dan Ratna Damayanti mengenai “Analisis Produk *Brand Image* Dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Roti *Wonder Bakery* Di Surakarta.”<sup>15</sup> Sebelumnya ada banyak penelitian khusus mengkaji antara *Food Quality* dan *Packaging* dengan keputusan pembelian, namun belum banyak

---

<sup>14</sup>Sitepu, Dona Laurika Br, Hayanuddin Safri, and Raja Saul Marto Hendry. "Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada toko Roti Hasanah Bakery Rantau prapat." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2.1 (2022): 84-96.

<sup>15</sup>Fadilla, R. I., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). “Analisis Produk, Brand Image, dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Roti Wonder Bakery di Surakarta”. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).

penelitian yang fokus Browcyl di Kota Palopo berarti masih kurangnya pemahaman tentang bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian produk yang tersedia disana.

Berdasarkan penjelasan diatas perlu di analisa lebih dalam apa pengaruh konsumen dalam melakukan pembelian produk makanan di kalangan konsumen Browcyl Kota Palopo serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kota palopo tentunya memiliki konsumen dengan beragam persepsi sehingga mereka akan dengan mudah menentukan keputusan seperti apa yang akan diambil, tidak hanya itu konsumen juga dapat mengeksplorasi perbedaan referensi dan perilaku konsumen.

Persaingan bisnis yang semakin ketat dengan berbagai macam bentuk produk yang ditawarkan khususnya produk makanan dikota Palopo, dengan itu menjadikan penulis mengangkat judul ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah *Food Quality* dan *Packaging* berpengaruh dalam keputusan pembelian sebuah produk makanan yang dilakukan oleh konsumen, seperti yang sudah dibahas diatas bahwa setiap konsumen mempunyai persepsi yang berbeda dalam mengambil sebuah keputusan. Faktor-faktor diantaranya adalah kesadaran akan kuliatas, pengemasan, dan brand image. Untuk itu berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH FOOD QUALITY DAN PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN BROWCYL DI KOTA PALOPO”**

## **B. Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang masalah dan fokus masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini yang dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah ada pengaruh Food Quality terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah ada pengaruh Packaging terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah ada pengaruh Food Quality dan packaging terhadap keputusan pembelian konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh Food Quality terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo
2. Pengaruh Packaging terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.
3. Pengaruh Food Quality dan Packaging terhadap keputusan pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan di atas kemudian dilahirkan manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini:

## 1. Manfaat Teoritis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan menambah wawasan pengetahuan bagi para konsumen yang berkaitan dengan pengambilan keputusan serta para pengusaha dalam mengelola usahanya. Serta memberikan kontribusi pada literatur akademis tentang perilaku konsumen. Ini akan membantu memperluas pemahaman kita tentang keputusan pembelian konsumen.

## 2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti: Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah dapat mengambil pemahaman yang lebih baik tentang apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, dapat mengeksplorasi dan memberikan kontribusi baru terhadap pengetahuan sudah ada serta melatih kemampuan analisis peneliti.
- b. Bagi peneliti selanjutnya: Peneliti berharap penelitian ini sebagai sumbangsi pemikiran dan bahan informasi yang dapat digunakan sebagai penelaah lebih lanjut maupun bahan pembangunan.
- c. Bagi IAIN PALOPO: Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini sebagai bentuk tambahan referensi perpustakaan dan sebagai bahan informasi bagi para konsumen dalam membeli sebuah produk makanan sehingga dipergunakan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa atau yang berkepentingan untuk bahan penelitian selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Adapun penelitian sebelumnya yang peneliti sertakan untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan, adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Marsel Riki Tendean, Lisbeth Mananeke, Dan Ferdy Roring “Pengaruh Viral Marketing, Store Location, Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di *Mcdonald’s* Manado”<sup>16</sup>.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (A. S. Iskandar et al., 2021; S. Iskandar et al., 2021; Yusmat et al., 2023). Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari observasi di restaurant *Mcdonald’s* Manado, website, buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang terkait dalam penelitian ini Berdasarkan hasil uji hipotesis dan analisis regresi menunjukkan bahwa variabel *Food Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan di *Mcdonald’s* Manado.

Dalam uji Hipotesis uji T koefisien regresi Variabel X3 (*Food Quality*) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Food Quality* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, artinya setiap penambahan atau peningkatan sebesar 1 satuan dari *Food Quality* akan

---

<sup>16</sup>Tendean, Marsel R., Lisbeth Mananeke, and Ferdy Roring. "Pengaruh viral marketing, store location dan food quality terhadap keputusan pembelian di *Mcdonald’s* Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8.1 (2020).

meningkatkan kepuasan pembelian sebesar 0,676. Oleh karena itu *Food quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dikarenakan *food quality* merupakan karakteristik dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen (Arno et al., 2021; Yusuf et al., 2022). *Food Quality* ini menjadi sangat penting karena akan berdampak langsung pada sebuah restoran, sehingga *Mcdonald's* harus perketat fungsi kontrol terhadap pembuatan makanan agar tidak terjadi kesalahan dalam pembuatan makanan yang membuat konsumen kecewa terhadap produknya. *Food quality* yang baik akan menjadi suatu keuntungan bagi restoran, jika suatu restoran sudah mendapat nilai positif pada konsumennya maka konsumen tersebut akan memberikan tanggapan yang baik dan bisa menjadi pelanggan tetap di *Mcdonald's* Manado. Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama ingin mengetahui apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian, serta teknik pengambilan sampel.

2. Penelitian Devi Anggriani, S.E., M.Si. “Pengaruh Merek (*Brand*), Kemasan (*Packaging*) Dan Harga (*Price*) Terhadap Keputusan Pembelian Selai Buah Homemade Marwah di Medan”<sup>17</sup>.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, Teknik pengambilan sampel menggunakan tehnik Accidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja atau kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.

---

*Manajemen Tools* 11.2 (2019): 1-12.



Berdasarkan analisis data yang dilakukan terhadap variabel Merek, Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan bahwa: Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari  $t$  hitung  $4,712 > t$  tabel  $1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kemasan (X2) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari  $F$  hitung  $36,759 > F$  tabel  $2,70$  dengan tingkat sig.  $0,000 < 0,05$  dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi Merek, Kemasan, dan Harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian. Persamaannya adalah sama-sama ingin melihat pengaruh dari *packaging* terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya adalah terdapat pada variabel X1 dan X3, lokasi penelitian, objek penelitian, serta teknik pengambilan sampel.

3. Penelitian M. Fardiman dan Sri Ernawati. "Pengaruh *Food Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mba Ida Jl. Datuk Di Banta Kota Bima"<sup>18</sup>

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Populasi yang digunakan yaitu seluruh konsumen yang membeli ayam geprek mba ida yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Teknik pengumpulan data yang digunakan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi, kuisioner, studi pustaka. Dari analisa data yang telah dilakukan menggunakan SPSS dalam penelitian di simpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

---

<sup>18</sup> Fardiman, M. "Pengaruh food quality terhadap keputusan pembelian ayam geprek mba ida jl. datuk di banta kota bima." *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2.2 (2020): 154-162.

antara *Food Quality* terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mba Ida Jl. Datuk Di Kota Banta Bima, ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel *Food Quality*. Dilihat dari hasil Uji t (secara parsial) hasil statistik uji t variabel *Food Quality* diperoleh nilai t hitung sebesar 5,288 dengan nilai t tabel sebesar 1,985 ( $5,288 > 1,985$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,5 ( $0,000 < 0,05$ ) ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Food Quality* terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mbak Ida Jl. Datuk di Banta Kota Bima. Adapun persamaannya yaitu sama-sama ingin melihat pengaruh dari *Food Quality* terhadap keputusan pembelian konsumen dan perbedaannya terletak pada segi objek penelitian dan lokasi penelitian.

4. Penelitian Nirwana Sampara "Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Roti Mantau (Sinar Terbang) Kota Madya Parepare"<sup>19</sup>

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu kuisioner, observasi, dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kemasan (*Packaging*) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan kemasan terhadap keputusan pembelian. Uji hipotesis yang pertama yang menyatakan kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima ini berarti semakin baik kemasan berakibat pada semakin banyak proses keputusan pembelian. Melihat dari hasil uji t pada variabel kemasan, berdasarkan uji t yang

---

<sup>19</sup> Sampara, Nirwana. "Pengaruh Kemasan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Roti Mantao (Sinar Terang) Kota Madya Parepare." *Indonesian Journal of Intellectual Publication* 2.3 (2022): 129-135.

menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar  $(3,932 > 1.65267)$  dengan tingkat nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , ini berarti ada pengaruh kemasan (*Packaging*) terhadap proses keputusan pembelian diterima. Dalam hasil uji  $f$  simultan analisis uji  $f$  menunjukkan hasil  $f$  test bahwa  $f$  hitung  $> f$  tabel yaitu  $76,991 > 2,65$  dan hasil  $p$ -value  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel independen kemasan ( $X_1$ ) terdapat pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dalam penelitian ini yaitu ingin mengetahui apakah kemasan (*Packaging*) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi dan waktu penelitian.

5. Penelitian Fitri Wahyuni, Bukhari Usman, dan Irwan Safwadi “Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”<sup>20</sup>

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nafisah Bakery and Cake. Sampel yang diambil sebanyak 99 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Analisis ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Linier Berganda, Uji Hipotesis melalui Analisis Koefisien determinasi, Uji  $F$  dan Uji  $T$ . Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas makanan dan citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengaruh Kualitas Makanan ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) secara parsial pada uji  $t$  nilai  $t$  hitung  $(4,914)$  lebih besar dari  $t$  tabel  $(1,985)$ , maka keputusannya

---

<sup>20</sup> Fitri Wahyuni, Bukhari Usman, dan Irwan Safwadi. “Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” 3, no.2 (2019): 142-154.

adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Nafisah Bakery and Cake Lampineung Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh.

Hasil uji signifikan secara parsial bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas makanan pada keputusan pembelian pada konsumen Nafisah Bakery and Cake Lampineung Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh. Artinya kebijakan tentang kualitas makanan mempengaruhi keputusan pembelian pada Nafisah Bakery and Cake Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh. Uji hipotesis menggunakan Uji T menunjukkan bahwa makanan Variabel *food quality* dan citra merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pembelian keputusan. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada variabel *Food Quality*, dimana peneliti sama-sama ingin mengetahui pengaruh dari variabel *Food Quality* terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada waktu dan lokasi penelitian.

## **B. Landasan teori**

### **1. *Food Quality***

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas makanan adalah karakteristik dari produk dan jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.<sup>21</sup> *Food Quality* atau kualitas produk adalah

---

<sup>21</sup> Kotler, Philip, dan Gary Amstrong : Prinsip-prinsip pemasaran. (2012). Edisi 13, Jilid 1: 235

kondisi fisik, fungsi, dan sifat suatu produk baik berupa barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.<sup>22</sup>

Knight dan Kotschevar mendefinisikan kualitas makanan yaitu tingkat konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan standar untuk produk dan kemudian mengecek poin- poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Poin- poin tersebut meliputi resep dan pengukuran yang benar, persiapan, temperatur, peralatan, kondisi produk selama persiapan, kebersihan, porsi dan faktor lainnya<sup>23</sup>.

kesimpulannya *food quality* atau kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsi, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk secara keseluruhan. Menjaga dan memperhatikan kualitas produk adalah kunci utama yang dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk memastikan bisnisnya mengalami tingkat pertumbuhan yang baik. Kualitas produk termasuk dalam suatu kondisi fisik,

---

<sup>22</sup> Dr. Frans Sudirjo, S.E.,M.M. : Analisa Kualitas Produk. (2023).

<sup>23</sup> J.,B, knight, Kotschevor, L. Quality Food Production Planning and Management. (2000). Edisi 3. Canada: Simultaneously.

sifat, dan fungsi produk, baik itu produk berupa barang atau jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas dan realibilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan.

Dalam islam, menjaga kualitas makanan merupakan kewajiban manusia sebagai khalifah di bumi, seperti dalam QS. Al-Baqarah (2):173 :

وَإِذَا ذُكِرْتُمْ فِي الْمَأْكَلِ وَالْبِئْرِ وَإِذَا كُنْتُمْ فِي الْغَلَابِ فَأَقْبِرْكُمْ وَلَا تُؤْثِرُوا عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَفَلَا تُعْقِلُونَ  
 وَإِذَا ذُكِرْتُمْ فِي الْمَأْكَلِ وَالْبِئْرِ وَإِذَا كُنْتُمْ فِي الْغَلَابِ فَأَقْبِرْكُمْ وَلَا تُؤْثِرُوا عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَفَلَا تُعْقِلُونَ  
 وَإِذَا ذُكِرْتُمْ فِي الْمَأْكَلِ وَالْبِئْرِ وَإِذَا كُنْتُمْ فِي الْغَلَابِ فَأَقْبِرْكُمْ وَلَا تُؤْثِرُوا عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَفَلَا تُعْقِلُونَ  
 وَإِذَا ذُكِرْتُمْ فِي الْمَأْكَلِ وَالْبِئْرِ وَإِذَا كُنْتُمْ فِي الْغَلَابِ فَأَقْبِرْكُمْ وَلَا تُؤْثِرُوا عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَفَلَا تُعْقِلُونَ

**Terjemahannya:**

*“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”<sup>24</sup>*

Hubungan ayat diatas dengan kualitas makanan ialah hendaknya kita berhati-hati dalam memilih dan membeli suatu produk dalam ini makanan, agar tidak terjadi hal-hal yang diinginkan kedepannya. Memeriksa dan memperhatikan kualitas dari makanan merupakan hal yang sangat perlu untuk dilakukan sebelum membeli produk tersebut.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesinya relatif. Terdapat kaitan antara *Food Quality* dengan keputusan pembelian konsumen. Ini menyatakan bahwa konsumen cenderung memilih produk sesuai dengan kualitas

<sup>24</sup>Kementrian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bogor: Unit Percetakan Al-Qur'an, 2018), 33.

yang disediakan oleh perusahaan. Kualitas makanan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen untuk itu restoran atau penjual makanan diharapkan kualitas makanan menjadi strategi pemasarannya, namun sangat perlu juga untuk menjaga keamanan makanan agar tercipta makanan yang sehat dan berkualitas dengan itu sangat diperlukan penilaian dari BPOM sebelum melakukan penjualan terhadap produk yang dipasarkan.

Menurut BPOM, berdasarkan aspek teoritis bahwa keberadaan makanan, minuman, dan obat-obatan memerlukan pengawasan guna terjaganya kualitas pangan yang aman, sehat, dan berkualitas agar konsumsi dari makanan dan obat-obatan terjaga dan tercapai kualitas manusia yang sehat baik jangka panjang maupun jangka pendek untuk membangun bangsa Indonesia. Secara aspek yuridis dalam mencapai kualitas makanan yang aman maka memerlukan pengawasan dan penindakan terhadap siapa saja yang melakukan kecurangan terhadap obat dan makanan.<sup>25</sup> Para pelaku usaha tentunya mempunyai kepentingan bersaing, maka persaingan yang ketat antar pelaku usaha dapat mengakibatkan tindakan yang mengubahnya menjadi persaingan yang kurang sehat. Hal ini terlihat dari tabel hasil pemeriksaan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang tidak konsisten dari tahun ketahun hal ini berarti tidak ada jaminan bahwa pelaku usaha akan melakukan kegiatan yang kurang lebih tidak jujur, makan akan dibahas dibawah ini beberapa Indikator BPOM dalam kualitas makanan.

---

<sup>25</sup> Prabowo,D., & Kurniawan, D. (2021). Pengaturan Pengawasan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Dalam Perlindungan Konsumen Regulation Of Supervision Of The Drug And Food Control Agency (BPOM) In Consumer Protection. *Jurnal Projudice*, 202, 2.2.

Kualitas produk makanan yang diatur oleh BPOM mengacu pada standar keamanan, mutu, dan kelayakan produk sebelum bisa beredar di pasaran. Untuk memastikan makanan yang beredar di pasaran. BPOM menilai produk makanan berdasarkan beberapa aspek berikut:

### 1. Keamanan pangan:

**Bahan berbahaya:** produk makanan harus bebas dari bahan kimia berbahaya seperti pengawet ilegal (formalin, boraks), pewarna berbahaya (rodhamin B, methanil yellow), dan logam berat (merkuri, timbal)

**Kandungan mikrobiologis:** makanan harus bebas dari kontaminasi mikroba patogen seperti bakteri, virus, atau jamur yang bisa menyebabkan penyakit.

**Peptisida dan zat kimia lain:** residual peptisida pada bahan pangan tidak boleh melebihi ambang batas yang ditentukan.

### 2. Mutu Produk:

**Komposisi dan kandungan gizi:** makanan harus memiliki kandungan yang sesuai dengan yang tercantum pada label. BPOM memastikan klaim nutrisi atau gizi yang dicantumkan seperti kalori, lemak, protein, karbohidrat, dan vitamin sesuai dengan hasil uji laboratorium.

**Proses produksi:** produk makanan harus dibuat sesuai dengan standar cara produksi pangan olahan baik. Ini mencakup kebersihan, sanitasi, bahan baku berkualitas, serta metode produksi yang tidak merusak kandungan nutrisi makanan.

### 3. Kelayakan edar:

**Izin edar:** setiap produk makanan yang beredar di Indonesia harus memiliki nomor registrasi BPOM sebagai tanda bahwa produk tersebut telah lolos uji dan dinyatakan aman serta berkualitas untuk dikonsumsi.

**Sertifikasi Halal:** untuk produk makanan yang dipasarkan sebagai produk halal, BPOM bekerja sama dengan LPPOM MUI untuk memastikan bahwa bahan dan proses pembuatan makanan sesuai dengan ketentuan halal.

### 4. Label produk:

**Informasi yang jelas dan jujur:** label produk makanan harus mencantumkan informasi mengenai komposisi, kandungan gizi, tanggal kadaluarsa, berat bersih, cara menyimpan, serta produsen atau distributor.

**Klaim kesehatan:** BPOM juga mengawasi klaim kesehatan pada label makanan. Misalnya jika sebuah produk mengklaim dapat menurunkan kolesterol atau mendukung kesehatan jantung, klaim ini harus didukung oleh bukti ilmiah yang valid dan diperiksa BPOM.

### 5. Pengemasan:

**Keamanan kemasan:** kemasan makanan harus dibuat dari bahan yang aman, tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya, dan mampu melindungi makanan dari kontaminasi lingkungan seperti udara, cahaya, atau bakteri.

**Stabilitas produk:** produk harus bisa bertahan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan masa simpan yang tertera, tanpa berubah dalam hal kualitas, rasa, warna, atau nilai gizi.

Dengan memastikan aspek-aspek tersebut, BPOM menjamin bahwa produk makanan yang beredar aman untuk di konsumsi, bernilai gizi sesuai dan memiliki mutu yang baik. Saat ini konsumen juga sangat tertarik terhadap rasa, aroma, serta berbagai variasi warna yang disajikan oleh para produsen yang tentunya telah diperiksa dengan baik seperti yang tertera pada penjelasan diatas.

Kualitas makanan dapat diartikan sebagai konsep yang kompleks yang meliputi penyajian, variasi, pilihan sehat, rasa, kesegaran, dan suhu makanan. Menurut Davis et al mengatakan bahwa indikator dari kualitas makanan ialah:<sup>26</sup>

- 1) Rasa, rasa merujuk pada evaluasi sensorik yang mencakup persepsi manis, asam, asin, pahit yang dihasilkan dalam mengkonsumsi makanan. Rasa merupakan komponen yang penting karena dapat mempengaruhi kepuasan dan preferensi konsumen.
- 2) Tekstur, tekstur merujuk pada sifat fisik yang dapat dirasakan oleh indra peraba di mulut saat makanan di konsumsi. tekstur mencakup atribut seperti kelembutan, kekerasan, kekenyalan, dan lain-lain.
- 3) Porsi, porsi merupakan ukuran atau jumlah makanan yang disajikan atau di konsumsi dalam satu kali makan.

---

<sup>26</sup> Davis, B., Lockwood, A., Alcot, P., & Pantenlidis , I. S. (2018). Food and Beverage Management (6th ed). Salemba empat.

- 4) Aroma, aroma merupakan bau yang dihasilkan oleh makanan dan yang terdeteksi pada indera penciuman.
- 5) Warna, warna merupakan penampilan visual makanan yang dapat mempengaruhi daya tarik dan persepsi konsumen terhadap kualitas dan kesegarannya.
- 6) Temperatur, temperatur adalah suhu pada saat makanan disajikan atau di konsumsi. Temperatur yang adalah penting karena mempengaruhi rasa, tekstur, aroma, dan keselamatan makanan.

## 2. *Packaging*

*Packaging* diartikan salah satu cara untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan maupun non-pangan, mempermudah proses transportasi produk yang di desain dengan seni atau teknologi dengan menampilkan informasi penting dari keunggulan suatu produk atau dapat menjadi cerminan identitas dari sebuah brand yang ditunjukkan melalui produknya. Disamping itu, *packaging* juga membuat produk lebih marketable, aman, dan tetap bersih hingga sampai di tangan konsumen dengan kondisi yang aman<sup>27</sup>. Menurut Morrissa, *packaging* merupakan pengelompokkan dua elemen atau lebih dari produk experience ke dalam suatu produk. *Packaging* adalah kombinasi dari jasa dan daya tarik produk yang saling berkaitan dalam suatu paket penawaran harga.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>Made Putri Ariasih, S.Si.,M.M. Akka Latifa Jusdienar, M.M, Dr. monalisa, M.M : Buku Ajar Manajemen Pasar. (2023):157.

<sup>28</sup>Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E.,M.M, Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M., Prof. Dr. Tanti Handriana, S.E..M.Si. :Manajemen pemasaran pariwisata dan indikator pengukuran. (2020): 46.

Kotler menyimpulkan ada tiga perangkat mencakup bahan dalam kemasan yaitu:

1. Kemasan primer adalah wadah langsung bagi produk
2. Kemasan sekunder adalah bahan yang melindungi kemasan primer dan kemudian dibuang apabila produk akan dipakai.
3. Kemasan pengiriman yaitu kemasan yang penting penyimpanan, identifikasi dan transportasi.<sup>29</sup>

Packaging atau pengemasan merupakan proses berkaitan dengan perancangan pembuatan wadah (container) atau pembungkus (wrapper) untuk melindungi suatu produk.<sup>30</sup>

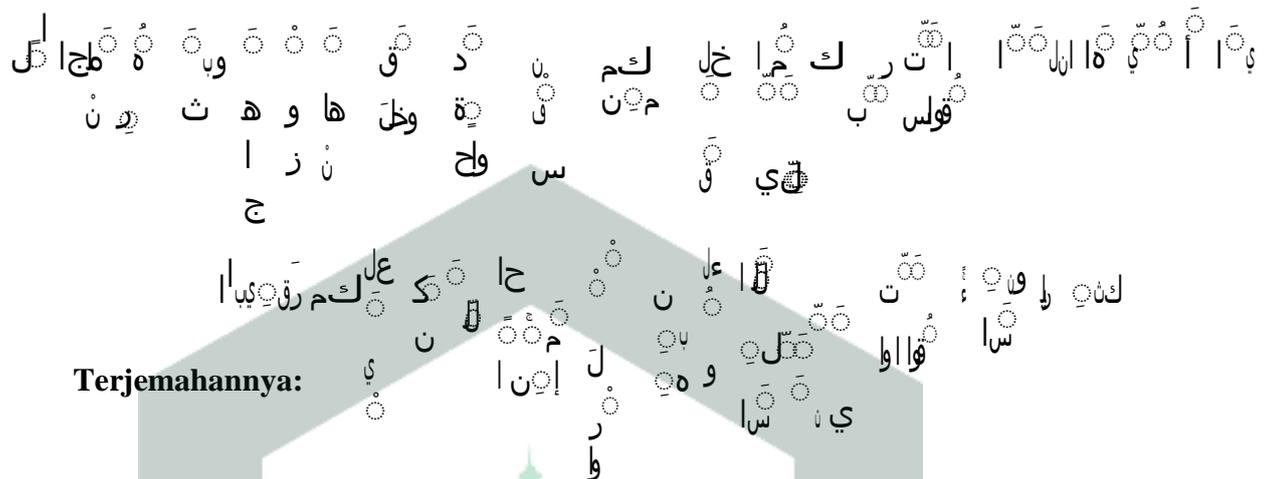
Kesimpulannya, *packaging* adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu barang yang meliputi desain bungkus suatu produk atau barang dan pembuatan produk tersebut. Dengan adanya packaging ini dapat berfungsi sebagai informasi desain, sehingga desain kemasan harus jujur dan memberikan informasi tentang produk. Artinya kemasan harus sesuai dengan desain yang tertera pada kemasan dengan isinya. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesisnya relatif terdapat kaitan antara *packaging* dengan keputusan pembelian konsumen.

---

<sup>29</sup> Kotler, philip: Manajemen Pemasaran, analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol, edisi 9 (penerbit PT. Prenhallindo: Jakarta) (1999).

<sup>30</sup> Henry Simamora, Manajemen Pemasaran Internasional, (Jakarta: Rhineka Cipta, 2007), H. 17-19.

*Packaging* yang kuat dapat menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi dalam benak konsumen dan memotivasi mereka untuk memilih produk yang dikaitkan dengan kemasan tersebut.



*“Sesungguhnya Allah memerintah kalian untuk menunaikan amanat kepada yang berhak menerimanya” (QS. An-Nisa:58)<sup>31</sup>*

Maksud dari ayat ini adalah dengan menanamkan sifat amanat dalam memasarkan produk, maka akan merebut minat konsumen untuk membeli dan membeli lagi produk yang dijual. Maka dalam *packaging* suatu produk makanan haruslah dijelaskan segala sesuatu yang diberikan oleh produknya kepada konsumen.

Kotler dan Keller dalam bukunya Rahmawati mendefenisikan *“Packaging involves designing and producing the container for a product”* yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi agar produk tetap terjaga kualitasnya. Indikator-indikator kemasan antara lain:<sup>32</sup>

---

1) Desain kemasan, kemasan yang didesaib dengan baik dapat menciptakan Bidang Marketing (2022):44.

nilai konvenien bagi konsumen dan nilai promosi bagi produsen.

<sup>31</sup> Kementerian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bogor: Unit Percetakan Al-Qur'an, 2018), 14.

<sup>32</sup> Dr. Hj. Rahmawati, S.E.,M.M.,CPS.,CMA : Apa Saja Variabel Penelitian Dalam



- 2) Mutu kemasan, mutu kemasan dapat menumbuhkan kepercayaan dan pelengkap citra diri dan mempengaruhi calon pembeli untuk menjatuhkan pilihan terhadap barang yang dikemasnya.
- 3) Inovasi kemasan, pengemasan inovatif dapat memberikan banyak manfaat bagi konsumen dan laba bagi produsen.

### 3. Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti motivasi, persepsi, sikap, norma sosial, dan situasi Pembelian.<sup>33</sup> Menurut Tjiptono, keputusan pembelian adalah hasil dari proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih produk atau jasa yang akan dibeli. Proses pengambilan keputusan ini melibatkan beberapa tahapan, seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan evaluasi pasca-pembelian.<sup>34</sup> Keputusan pembelian juga meliputi tentang pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن تَهَيَّأُوا لِلْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَاصْبِرُوا إِنَّ الدُّنْيَا خَالِقَةٌ كَمَا صَدَقَ اللَّهُ فِي الْقُرْآنِ وَإِن تَسْتَأْذِنُوا فَمَا لَكُم مِّنْ أَجَاءٍ مِّنْهُ وَهُوَ أَهْدَىٰ لِّلْطَرِيقِ

<sup>33</sup>Kotler, P., & Keller, K. L. Manajemen pemasaran. Penerbit Erlangga. (2016): 277- 278.

<sup>34</sup>Tjiptono, F. Perilaku konsumen: Teori dan praktik. Penerbit Andi. (2014): 47-48.

### Terjemahannya:

*“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakkan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (QS: Al-Hujurat:6)<sup>35</sup>*

Ayat ini menjelaskan bahwa Wahai orang-orang yang membenarkan Allah dan RasulNya serta melaksanakan syariatNya, bila orang fasik datang kepada kalian dengan membawa sebuah berita, maka periksalah beritanya sebelum membenarkan dan menukilnya agar kalian mengetahui kebenarannya, di khawatirkan kalian bisa melakukan tindakan zhalim terhadap suatu kaum yang tidak bersalah, akibatnya kalian akan menyesalinya. yang dimana ayat ini menjelaskan agar memeriksa dan memperhatikan segala sesuatunya sebelum mengambil keputusan agar tidak terjadi kesalahan setelahnya.

Kesimpulannya, keputusan pembelian konsumen didefinisikan sebagai penilaian preferensi merek yang ditemukan dalam koleksi pilihan pelanggan. Adanya kebutuhan merupakan langkah awal dalam proses keputusan pembelian. Adapun proses pengambilan keputusan menurut Philip Kotler and Gary Armstrong, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Kementerian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bogor: Unit Percetakan Al-Qur'an, 2018), 745.

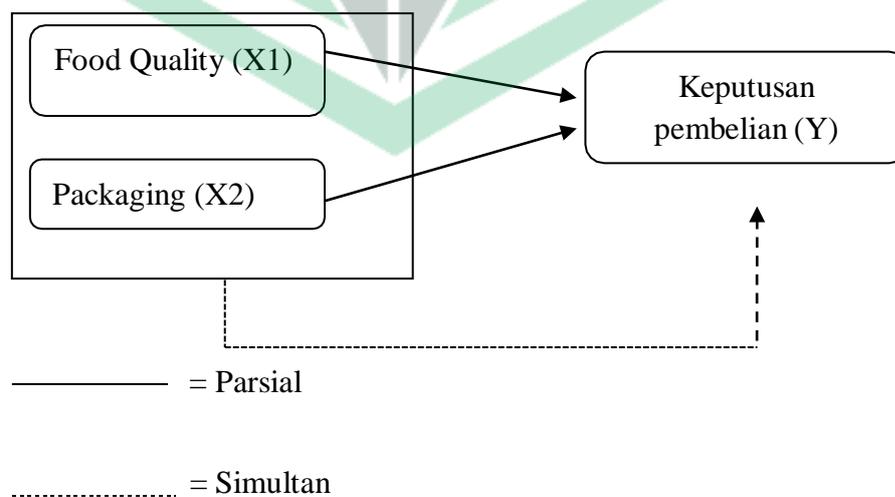
<sup>36</sup>Philip Kotler Dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 (Jakarta:Erlangga, 2008): 180-181.

Menurut Nugroho J. Setiadi ada beberapa indikator keputusan pembelian.<sup>37</sup>

- 1) Pembelian kembali, yaitu konsumen dengan sukarela kembali membeli suatu produk yang telah dirasakan manfaat serta kualitasnya.
- 2) Kepercayaan kepada produk, dimana kepercayaan konsumen terhadap produk yang telah dibeli.
- 3) Kebiasaan pembelian produk, yaitu kebiasaan konsumen membeli produk yang sama karena memenuhi kebutuhannya.
- 4) Memberikan rekomendasi dari orang lain, yaitu konsumen memberikan informasi kepada keluarga atau temannya produk yang ia rasakan baik dari segi manfaat produk maupun pelayanan yang memuaskan.

### C. Kerangka Berfikir

Untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian, maka digunakan kerangka fikir yang bisa menguraikan tujuan dari penelitian.



<sup>37</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Edisi 1 (Jakarta:Prenada Media,2003): 20- 22

Keterangan:

H<sub>1</sub>: Hipotesis 1 merupakan hubungan parsial *Food Quality* X1 dengan keputusan pembelian Y.

H<sub>2</sub>: Hipotesis 2 merupakan hubungan parsial *Packaging* dengan keputusan pembelian Y

H<sub>3</sub>: Hipotesis 3 merupakan hubungan simultan atau secara bersama-sama antara *Food Quality* dan *Packaging* terhadap keputusan pembelian Y

Berdasarkan kerangka fikir tersebut, penelitian ini akan membahas pengaruh *Food Quality* dan *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl cabang Palopo.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus di uji secara empiris. Berdasarkan kerangka fikir dan kajian teori yang diuraikan maka jawaban sementara dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh signifikan terhadap *Food Quality* dan *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo sebagai berikut:

1. H<sub>0</sub> :Tidak terdapat pengaruh *Food Quality* terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Browcyl Kota Palopo.

H<sub>1</sub> :Terdapat pengaruh *Food Quality* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.

2. H0 :Tidak terdapat pengaruh *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.

H1 :Terdapat pengaruh *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.

3. H0 :Tidak terdapat pengaruh *Food Quality* dan *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo

H1 :Terdapat pengaruh *Food Quality* dan *Packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan serta menggunakan teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi.<sup>38</sup> Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. survey merupakan metode yang memberi pertanyaan terstruktur kepada sampel dari populasi dan dirancang untuk memperoleh informasi dari responden.<sup>39</sup>

#### **B. Lokasi dan waktu penelitian**

Lokasi penelitian menjadi hal yang utama dari kegiatan penelitian agar data yang diperoleh bisa di dapatkan, lokasi penelitian dilakukan di Kota Palopo dan dilaksanakan pada bulan Juni 2024.

#### **C. Defenisi Operasional Variabel**

Variabel adalah unit analisis rasional yang bisa asumsikan salah satu dari sejumlah kumpulan nilai yang ditentukan. Adapun defenisi operasional dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

---

<sup>38</sup>Samsu, metode penelitian: Teori Dan Aplikasi Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research Dan Development, E. Rusmini (Jambi: PUSAKA, 2017).

<sup>39</sup>Dr. sigit hermawan, SE., M.Si dan Amirullah, SE., M.M: Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif (2016).

Tabel 3.1 Defenisi Operasional

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1.	Food Quality (X1)	Food Quality merupakan karakteristik dari produk makanan atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa</li> <li>2. Tekstur</li> <li>3. Porsi</li> <li>4. Aroma</li> <li>5. Warna</li> <li>6. Temperatur</li> </ol>
2.	Packaging (X2)	packaging merupakan kemasan atau proses pengemasan serta perancangan pembuatan wadah atau pembungkus untuk melindungi suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain kemasan</li> <li>2. Mutu kemasan</li> <li>3. Inovasi kemasan</li> </ol>
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah hasil dari proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih produk atau jasa yang akan dibeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian kembali</li> <li>2. Kepercayaan kepada produk</li> <li>3. Kebiasaan pembelian produk</li> <li>4. Informasi dari orang lain.</li> </ol>

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merujuk pada area umum yang terdiri dari obyek atau subjek dengan ciri-ciri tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk tujuan studi dan pengambilan keputusan.<sup>40</sup> Populasi dalam konteks penelitian ini adalah konsumen Browcyl di Kota Palopo, yang memiliki tipe populasi yang bersifat tidak terbatas (*unlimited*). Hal ini disebabkan oleh ketidak mampuan peneliti untuk menghitung jumlah pasti pembeli di Browcyl cabang Kota Palopo. Adapun karakteristik populasi bersifat heterogen karena setiap responden memiliki perbedaan dalam perilaku dan pemikiran mereka. Variabel-variabel karakteristik ini dapat mencakup usia jenis, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan sebagainya.<sup>41</sup>

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif.<sup>42</sup> Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka rumus yang digunakan untuk menghitung sampelnya adalah rumus *Cochran*.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup>Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis. Bandung Alfabeta: 80.

<sup>41</sup>Latipun, M. A. (2006). Metodologi penelitian Kualitatif Jakarta: Prenada Media: 51

<sup>42</sup>V Wiratna, Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019):81.

<sup>43</sup>Sugiyono, Metode Penelitian, Bisnis, Edisi 3 (Bandung:Alfabeta,2017):148

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

z = Harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai (1,96)

p = Peluang benar 50% (0,5)

q = Peluang salah 50% (0,5)

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10% (0,1)

Dengan rumus diatas maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

Dari hasil perhitungan, Responden dibulatkan menjadi 100 responden dalam penelitian ini yang dapat dijadikan sampel.

Peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling* yang merujuk pada teknik pengambilan sampel dimana anggota tidak mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup>Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. (2016): 123-124

## E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk megumpulkan data dengan cermat, peneliti mengadopsi beberapa metode berikut:

### 1. Observasi

Observasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan survei atau pengamatan langsung dilapangan.

### 2. Angket

Metode angket atau kuesioner melibatkan penyampaian seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>45</sup> dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup, yang berarti responden memilih jawaban dari opsi yang telah disediakan. Pertanyaan mengenai pengetahuan investasi disusun dalam bentuk skala likert. Diamana skala likert merupakan salah satu jenis skala yang digunakan dalam penelitian sosial dan psikologi untuk mengukur respons subjektif atau pendapat individu terhadap pertanyaan atau pernyataan tertentu.

### 3. Wawancara

Teknik pengumpulan data ini dilakukan secara mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan keyakinan pribadi. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan secara tatap muka atau *face to face*

---

<sup>45</sup> Sugiyono. (2016). Metode kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta .

ataupun menggunakan pesawat telephone.<sup>46</sup> Tujuan wawancara dalam penelitian ini adalah untuk mendampingi proses pengambilan data yang menggunakan angket agar data yang diperoleh lebih akurat dan responden dalam penelitian ini lebih paham dengan pertanyaan yang disediakan dalam angket atau kuisisioner.

*Tabel 3. 2 Kriteria Alternatif Jawaban*

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

#### 4. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian merujuk pada proses pencatatan, pengarsipan, dan penyimpanan semua informasi, data, hasil, dan sumber yang digunakan atau dihasilkan selama penelitian. Dokumentasi adalah elemen penting dalam penelitian karena membantu menjaga ketelitian, transparansi, dan reproduktibilitas penelitian.<sup>47</sup>

#### F. Instrumen penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah distribusi kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden. Angket atau kuesioner merupakan

<sup>46</sup>Sugiyono, statistika untuk penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2013):194

<sup>47</sup>Sugiyono. (2016). Metode kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta .

alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari responden melalui serangkaian pertanyaan tertulis. Angket atau kuesioner biasanya berbentuk daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi atau dijawab oleh responden sesuai dengan panduan yang diberikan.

## **G. Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen**

### **1. Uji validitas**

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas instrumen memperlmasalahkan sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak di ukur, instrumen dikatakan valid saat dapat mengungkapkan data dari variabel secara tepat tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya.<sup>48</sup> Uji validitas bertujuan untuk melihat seberapa reliabel atau valid suatu alat ukur. Dalam penelitian ini, validitas dapat diketahui dengan melakukan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antar sektor dengan totalnya. Hal ini dilakukan dengan korelasi produk moment.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan istilah yang dipakai sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Instrumen dikatakan reliabel saat dapat mengungkapkan data yang bisa dipercaya.<sup>49</sup> Metode yang biasa digunakan dalm penelitian untuk mengukur skala

---

<sup>48</sup>Saputra, Andika. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.

<sup>49</sup>Saputra, Andika. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.

rentang adalah cronbach alpha. Pengujian reliabilitas merupakan lanjutan dari pengujian validitas, yaitu butir-butir yang dimasukkan dalam tes hanyalah butir-butir yang valid. Dengan menggunakan ambang batas 0,6, dimungkinkan untuk menentukan apakah instrumen tersebut dapat diandalkan.<sup>50</sup>

## **H. Teknik Analisi Data**

Analisis data adalah proses dimana peneliti membawa struktur dan makna kepada data yang dikumpulkan. Dalam membantu penelitian ini dalam menganalisis data, peneliti menggunakan program SPSS for Windows version 25 sebagai alat analisisnya.

### **1. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Dari hasil uji normalitas data dapat diketahui sebaran data berdistribusi normal atau tidak sehingga berguna menentukan data yang telah dikumpulkan.<sup>51</sup> Pengujian normalitas adalah untuk mengetahui apakah data empirisnya yang diperoleh saat dilapangan sesuai distribusi teoritisnya, serta memperlihatkan data sampel asalnya dari populasi dengan memiliki distribusi normal. Pada penelitian yang dilakukan ini memakai uji Kolmogrov-smirnov versi Monte Carlo apabila sig Monte Carlo  $> 0,05$ .

---

<sup>50</sup>Sugiyono. (2016). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta: 188-189.

<sup>51</sup>Imam Gozhali, aplikasi analisis multivariate, dengan program SPSS. (edisi III);Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponorogo, 2005): 85.

### **b. Uji Multikolonieritas**

pengujian multikolonieritas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak boleh mengandung korelasi antar variabel independen, karena hal ini akan mengurangi reliabilitas uji signifikansi.<sup>52</sup> Uji multikolonieritas merupakan langkah untuk mengetahui status linear tidaknya suatu distribusi data penelitian. Hasil uji ini akan menentukan teknik analisis regresi yang akan digunakan.

### **c. Uji Heterokedastisitas**

Tujuan penelitian ini untuk melihat apakah terdapat perbedaan perubahan residu dari observasi yang satu ke observasi yang lain dengan model regresi. Jika varians dari residu dari satu observasi ke observasi lainnya konstan maka disebut mean Squared error, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Hal ini tidak berlaku pada model regresi yang baik.

## **2. Uji regresi linear berganda**

Analisis regresi linear merupakan salah satu jenis metode regresi yang paling banyak digunakan. Analisis ini digunakan untuk mengukur variabel X dan rumus Y. Rumus linear berganda adalah:

$$Y = a + b X_1 + b X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependent (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

---

<sup>52</sup>Sugiyono. (2017). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta: 244-245.

b = koefisien Regresi

X1= Food Quality

X2= Packaging

e = epselon

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Uji t (pengujian secara parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel independen secara parsial individual mempengaruhi variabel dependen dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Aturan yang digunakan dalam uji t statistik adalah nilai F tabel dapat dilihat pada F statistik pada Df 1 = n-k-1 atau mempunyai signifikansi 0,05 atau jika t hitung > t tabel.<sup>53</sup>

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan dalam analisis regresi untuk mengevaluasi pentingnya gabungan banyak variabel independent terhadap variable dependen. Model regresi dianggap signifikan secara keseluruhan jika nilai signifikansi (p-value) uji F kurang dari tingkat signifikansi yaitu 0,05.<sup>54</sup>

#### c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji Koefisien Determinasi, juga dikenal sebagai R-squared (R<sup>2</sup>), adalah salah satu metrik yang digunakan dalam statistik untuk mengukur sejauh mana model regresi cocok dengan data yang diamati. Koefisien Determinasi mengukur

<sup>53</sup>Iman Gazhali, Aplikasi Analisis multivariate dengan program IPM SPSS 21 cetakan ke7, (Semarang ; Badan penerbitan Universitas Diponegoro, 2013): 61

<sup>54</sup>Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta: 251-252

persentase variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Tujuan digunakannya teknik analisis koefisien determinasi ini salah satunya untuk dapat memberikan suatu informasi baik atau buruknya hasil yang dilihat dari proses analisis regresi dan angka koefisien determinasi ini juga sangat berguna untuk mengukur garis regresi yang ada dengan data yang sebenarnya. Dapat diketahui pula bahwa nilai dari koefisien determinasi ini bisa menggambarkan besaran nilai dari variabel Y yang dipengaruhi variabel X.<sup>55</sup>



---

<sup>55</sup>Illanisa, Nugrahanum, Wandy Zulkarnaen, and Asep Suwana. "Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Sekolah Dasar Islam Binar Indonesia Bandung." *Jurnal Semar: Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Riviu* 1.3 (2019): 16-25.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Browcyl adalah makanan oleh-oleh khas Makassar, khususnya Banana Brownies, yang didirikan pada tahun 2012. Merek ini memiliki sejumlah toko besar di dalam dan sekitar Makassar. Selain itu, Browcyl kini telah memperluas jangkauannya dengan membuka toko kecil di Kota Palopo, tepatnya di Saokarsa, Jl. Andi Kambo No. 38 Surutanga, Kecamatan Wara Timur. Toko tersebut resmi dibuka pada 15 Desember 2023 di Kota Palopo.

Browcyl adalah perusahaan makanan yang mengkhususkan diri dalam Brownies pisang. Di Kota Palopo, Browcyl memiliki dua toko di lokasi berbeda. Didirikan untuk memenuhi permintaan pasar, khususnya untuk Brownies, perusahaan ini berkontribusi pada perekonomian Kota Makassar dan Sulawesi Selatan secara umum. Rahmat Al Muarif mendirikan perusahaan ini setelah melihat potensi Makassar sebagai pintu gerbang Indonesia Timur dengan banyak acara nasional dan internasional. Berdasarkan pertimbangan tersebut, pendiri ingin menciptakan sebuah tempat yang menjadi simbol dari Makassar.

Pada tanggal 18 Juni 2012, Browcyl (Brownies Pisang Khas Makassar) resmi didirikan. Tahun 2023, Browcyl berubah nama menjadi Browcyl Indonesia. Pemilik Browcyl, Rahmat Al Muarif, telah mencoba berbagai jenis usaha, dan usaha terakhirnya adalah Browcyl, yang sekarang dikenal luas.

**VISI:** Menjadi pastry terbesar di Indonesia dengan konsep spiritual company perusahaan Browcyl ingin menjadi perusahaan pastry terbesar di Indonesia dengan konsep *spiritual company*, yakni perusahaan terbesar yang bergerak dalam bidang pembuatan kue dengan menerapkan nilai-nilai spiritual sebagai ruh perusahaan.

Nilai perusahaan ini berfokus pada prinsip-prinsip agama Islam, di mana baik pemilik maupun karyawan bekerja dengan mengikuti ketaatan kepada Allah SWT. Contohnya termasuk menerapkan kejujuran dan ketulusan, menyapa setiap pengunjung dengan salam, dan bagi karyawan, diwajibkan untuk mengenakan jilbab selama bekerja.

**MISI:**

1. Menciptakan produk yang nikmat dan berkualitas
2. Memberikan pelayanan yang terbaik dan sistematis
3. Melakukan kerjasama yang baik dengan para supplier dan mitra.
4. Melaksanakan visi, misi, budaya/nilai untuk kesejahteraan bersama.

Logo Browcyl bisa dilihat dibawah ini:

**Gambar 4.1 Logo Browcyl**



Harga yang diberikan mulai Rp. 30.000-an. Browcyl sendiri memiliki tempat yang nyaman, ruang tunggu yang bersih di sertai dengan AC juga tempat duduk yang aestetik yang di bernuansa kuning sesuai dengan warna khas Browcyl, tidak hanya itu halaman untuk parkir yang luas, serta pelayanan yang ramah.

<b>Menu Browcyl</b>	<b>Harga</b>
Unti Pandan	<b>Rp. 50.000</b>
Unti Keju	<b>Rp. 50.000</b>
Unti Original	<b>Rp. 50.000</b>
Unti coklat	<b>Rp. 50.000</b>
Unti choco almond	<b>Rp. 55.000</b>
Unti chese cream	<b>Rp. 55.000</b>
Unti fla coklat	<b>Rp. 55.000</b>
Unti tiramisu	<b>Rp.55.000</b>
Unti pandan keju	<b>Rp. 55.000</b>
Unti Bluchoco	<b>Rp. 40.000</b>
Unti bluchese	<b>Rp. 40.000</b>
Unti bondan	<b>Rp. 40.000</b>

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Browcyl Kota Palopo, yang berjumlah 100 orang yang dijadikan sampel. Berdasarkan temuan penelitian secara keseluruhan dan karakteristik pengetahuan Sampel, berikut:

#### a. Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

Dibawah ini data sampel berdasarkan jenis kelamin, menurut penelitian.

**Tabel 4.1 Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	20	20%
2.	Perempuan	80	80%
3.	Total	100	100%

**Sumber: Hasil Penelitian data diolah oleh SPSS 25**

Dari total sampel, 20% merupakan laki-laki sedangkan 80% sisanya adalah perempuan, sehingga menunjukkan bahwa konsumen Browcyl di Kota Palopo sebagian besar berjenis kelamin perempuan, dengan 80% dari total Sampel.

#### b. Karakteristik Berdasarkan Usia

Dibawah ini karakteristik sampel berdasarkan usia.

**Tabel 4.2 Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	<20 Tahun	15	<b>15%</b>
2.	20-29 Tahun	78	<b>78%</b>
3.	30-39 Tahun	3	<b>3%</b>
4.	40-49 Tahun	3	<b>3%</b>
5.	>50%	1	<b>1%</b>
	Total	100	<b>100%</b>

**Sumber: Hasil Penelitian data diolah oleh SPSS 25**

Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Broweyl di Kota Palopo berusia <20 tahun berjumlah 15 orang atau 15%, yang berusia sampel 20-29 tahun berjumlah 78 orang atau 78%, yang berusia antara 30-39 tahun berjumlah 3 orang atau 3%, yang berusia 40-45 tahun berjumlah 3 orang atau 3%, dan yang berusia >50 tahun berjumlah 1%.

## **2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk melihat seberapa reliabel atau valid suatu alat ukur. Dalam penelitian ini, validitas dapat diketahui dengan melakukan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antar sektor dengan totalnya. Hal ini dilakukan dengan korelasi produk moment. Tidak hanya itu tujuan uji validitas juga untuk mengetahui kegunaan atau validitas kuisisioner dalam mengumpulkan data penelitian dari partisipan. Validitas penelitian ini di uji dengan menggunakan uji korelasi pearson, yang melibatkan 100 sampel.

1. validitas instrumen ditentukan jika (r hitung) > dari (r tabel)
2. kuisioner dianggap tidak valid apabila hasil (r hitung) < dari (r tabel)

Dengan merumuskan rumus  $(df) = (N-2) = 100-2 = 98$  maka kita dapat memperoleh nilai (r-tabel), dengan menggunakan distri nilai kritis dari uji *korelasi pearson* di dapatkan dari nilai r tabel sebesar 0,1966.

**Tabel 4.3 Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>r-hitung</b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Food Quality (X1)	X1.1	0.626	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.2	0.675	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.3	0.754	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.4	0.665	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.5	0.801	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.6	0.722	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.7	0.851	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.8	0.760	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.9	0.795	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.10	0.734	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.11	0.712	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.12	0.751	0,1966	<b>Valid</b>
Packaging (X2)	X1.1	0.861	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.2	0.840	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.3	0.893	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.4	0.737	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.5	0.775	0,1966	<b>Valid</b>
	X1.6	0.555	0,1966	<b>Valid</b>
Keputusan pembelian (Y)	Y.1	0.782	0,1966	<b>Valid</b>
	Y.2	0.756	0,1966	<b>Valid</b>
	Y.3	0.772	0,1966	<b>Valid</b>
	Y.4	0.836	0,1966	<b>Valid</b>
	Y.5	0.843	0,1966	<b>Valid</b>
	Y.6	0.849	0,1966	<b>Valid</b>
	Y.7	0.585	0,1966	<b>Valid</b>
	Y.8	0.778	0,1966	<b>Valid</b>

**Sumber: Hasil Penelitian Data diolah Oleh SPSS 25**

## b. Uji Reliabilitas

Alat uji reliabilitas digunakan apabila setiap item pertanyaan telah ditetapkan valid melalui pengujian. Pengujian reliabilitas merupakan lanjutan dari pengujian validitas, yaitu butir-butir yang dimasukkan dalam tes hanyalah butir-butir yang valid. Dengan menggunakan ambang batas 0,6 dimungkinkan untuk menentukan apakah instrumen tersebut dapat diandalkan. Sangat mudah untuk melakukan uji kualitas dengan mengukur seberapa reliabel instrumen data tersebut. Setelah itu peneliti, menggunakan metode alfa cronbach yang dimodifikasi dengan bantuan SPSS 25. Berikut adalah kriteria untuk menilai koefisien reliabilitasnya:<sup>56</sup>

- a) jika koefisien reliabilitas antara 0,80 dan 1,00 maka reliabilitas dapat dikatakan sangat tinggi.
- b) jika koefisien reliabilitas antara 0,60 menjadi 0,80 maka reliabilitas dianggap tinggi.
- c) jika koefisien reliabilitas antara 0,40 hingga 0,60 maka reliabilitas dianggap cukup.
- d) jika koefisiom reliabilitas antara 0,20 hingga 0,40 maka reliabilitas dapat dianggap rendah.

---

<sup>56</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2006), 276

**Tabel 4.4 Reliability Statistic (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
0,922	12

Sumber: hasil penelitian data diolah oleh SPSS 25

Nilai *Cronbach's alpha* untuk uji reliabilitas adalah 0,922, yang berada dalam rentang 0,80-1,00, menandakan "reliabilitas sangat tinggi." Ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur faktor-faktor yang diteliti.

**Tabel 4.5 Reliability Statistic (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.874	6

Sumber: hasil penelitian data diolah oleh SPSS 25

Nilai *Cronbach's alpha* untuk uji reliabilitas adalah 0,874, yang berada dalam rentang 0,80-1,00, mengindikasikan "reliabilitas sangat tinggi." Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya untuk mengukur faktor-faktor yang diteliti.

**Tabel 4.6 Reliability Statistic (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.903	8

Sumber: hasil penelitian data diolah oleh SPSS 25

Nilai Cronbach's alpha dari uji reliabilitas adalah 0,889, yang berada dalam rentang 0,80-1,00, menunjukkan "reliabilitas sangat tinggi." Ini menandakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur faktor-faktor yang dianalisis.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel gangguan atau residual dalam model regresi terdistribusi normal. Jika hasilnya tidak normal, uji T atau uji F menjadi tidak valid. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov; jika nilai signifikansi (asyp, sig) > 0,05, data dianggap terdistribusi normal, sementara jika nilai signifikansi (asyp, sig) < 0,05, data dianggap tidak terdistribusi normal.

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa distribusi nilai residu mengikuti pola normal. Jika nilai residu terdistribusi dengan baik, ini menunjukkan bahwa model regresi dapat diinterpretasikan secara valid berdasarkan hasil uji normalitas. Keputusan diambil berdasarkan hal ini jika:

- 1) Nilai residu berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (sig) Monte Carlo lebih besar dari 0,05.
- 2) Nilai residu tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (sig) Monte Carlo kurang dari 0,05.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,09488510
Most Extreme Differences	Absolute	,112
	Positive	,112
	Negative	-,061
Test Statistic		,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		,003 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,153 <sup>d</sup>

**Sumber: hasil penelitian data diolah oleh SPSS 25**

Berdasarkan tabel diatas hasil dari pengujian normalitas menggunakan Monte Carlo dan didapati hasil sebesar 0,153 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal, dan memenuhi asumsi normalitas.

#### b) Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen.

Uji multikolonieritas menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Jika tidak terjadi multikolonieritas maka model regresi sesuai.

- 1) Multikolonieritas tidak terjadi jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10.
- 2) Tidak terjadi permasalahan multikolonieritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10.

**Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Food Quality	,337	2,970
	Packaging	,337	2,970

**Sumber: Hasil penelitian data diolah oleh SPSS 26**

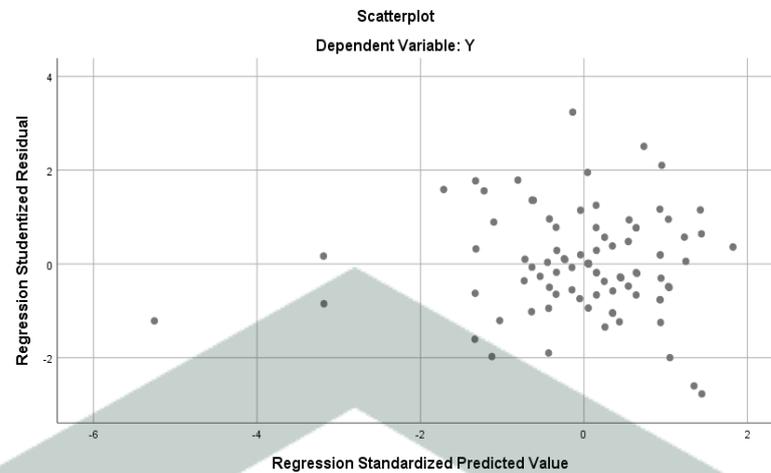
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai toleransi yang lebih besar dari 0,10 menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel X1 dan X2. Selain itu, nilai VIF yang kurang dari 10 mengindikasikan bahwa multikolinearitas tidak mempengaruhi model regresi.

### c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah bagian dari asumsi klasik dalam model regresi, di mana model yang baik seharusnya tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Jika gejala heteroskedastisitas muncul, hal ini dapat menyebabkan keraguan terhadap akurasi hasil analisis regresi yang dilakukan.

Pengambilan keputusan didasarkan pada gagasan bahwa heteroskedastisitas tidak akan terjadi jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titiknya terdistribusi secara merata. Jika titik-titik di sekitar garis 0 tersebar merata, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas**



**Sumber: Hasil penelitian data diolah oleh SPSS 26**

Gambar di atas menunjukkan bahwa uji heteroskedastisitas berhasil karena tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, syarat homoskedastisitas terpenuhi, dan model regresi yang digunakan sesuai untuk analisis data.

#### **4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi digunakan untuk menilai seberapa besar dampak variabel independen terhadap variabel dependen adalah salah satu fokus utama penelitian ini. Selanjutnya, nilai-nilai spesifik dari variabel independen akan menentukan nilai variabel dependen. Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Berikut model regresi linear berganda:

Variabel Dependen yaitu keputusan pembelian bersimbolkan (Y)

- Konstanta bersimbolkan (a)
- Koefisien regresi variabel independen bersimbolkan (b)
- Variabel independen yaitu Food Quality bersimbolkan (X1)
- Variabel independen yaitu Packaging bersimbolkan (X2)
- Variabel independen yaitu keputusan pembelian bersimbolkan (Y)
- Error of them bersimbolkan (e)

**Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.889	1.516		1.906	0.060
	X1	0.410	0.054	0.608	7.651	0.000
	X2	0.391	0.096	0.323	4.063	0.000

**Sumber: Hasil penelitian data diolah oleh SPSS 26**

Hasil dari persamaan di atas membawa pada kesimpulan sebagai berikut:

$$Y = a + b^1x^1 + b^2x^2 + e$$

$$= 2,889 + 0,410 X1 + 0,39 X2 + e$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 2,889 yang positif menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel independen (X). Jika variabel independen meningkat, maka variabel dependen (Y) juga akan meningkat.
- 2) Dalam persamaan regresi, variabel Food Quality (X1) memiliki nilai 0.410 Artinya, jika Food Quality meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat.
- 3) Dalam persamaan regresi, variabel Packaging (X2) memiliki nilai 0.391 Artinya, jika Packaging meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat.

## 5. Uji Hipotesis

### a) Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel independen secara parsial individual mempengaruhi variabel dependen dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Setelah memperhitungkan faktor-faktor independen lainnya, pengujian ini memungkinkan peneliti untuk memastikan sejauh mana kontribusi variabel independen terhadap varians variabel dependen. Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Langkah awal dalam merumuskan masalah penelitian adalah dengan menguji hipotesis. Masalah dalam penelitian ini diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang mengidentifikasi pengaruh setiap variabel. Tujuan umum dari uji T adalah untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi 5% digunakan untuk menentukan validitas dari hipotesis.

Perhatikan kolom signifikansi dan nilai t-hitung, lalu bandingkan dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , untuk menilai hasil pengujian. Perbandingan antara nilai t-tabel dan t-hitung juga menjadi dasar dalam uji T. Apabila telah selesai memperhitungkan faktor independen lainnya, pengujian ini memungkinkan bagi peneliti untuk mengetahui sejauh mana kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Landasan pengambilan keputusan :

- 1) Variabel X berpengaruh terhadap Y apabila nilai signya kurang dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel.
- 2) Tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y apabila nilai sig lebih dari 0,05 atau t hitung lebih kecil dari t tabel.

**Tabel 4.10 Hasil Uji T**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.
	B	Std. Error	d Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.889	1.516		1.906	0.060
X1	0.410	0.054	0.608	7.651	0.000
X2	0.391	0.096	0.323	4.063	0.000

**Sumber: Hasil penelitian data diolah oleh SPSS 26**

Nilai rumus  $df = n - k - 1$  ( $df = 100 - 3 - 1 = 96$ ) berdasarkan hasil perhitungan pada tabel t. Alternatifnya,  $df = 94$  peserta harus diuji pada ambang batas signifikan sebesar 5% atau 0,05 untuk menghasilkan t table sebesar 1,984

- 1) Variabel Food Quality menunjukkan nilai T-hitung sebesar 7.651 yang lebih besar dari T-tabel sebesar 1.984, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil yang lebih kecil dari 0,05 dengan demikian H1 diterima dan H0 di tolak, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel X1 terhadap Variabel Y.
- 2) Variabel Packaging menunjukkan nilai T-hitung sebesar 4.063 yang lebih besar dari nilai T-tabel sebesar 1.984, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil yang lebih kecil dari 0,05 dengan demikian H1 diterima dan H0

ditolak yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel X2 terhadap Variabel Y.

**b) Uji Simultan (Uji F)**

Secara umum, uji F digunakan untuk menentukan apakah setidaknya satu variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji F dievaluasi berdasarkan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis.

Uji ini memberikan informasi mengenai signifikansi keseluruhan model regresi, yaitu apakah variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh setidaknya satu variabel independen. Uji F bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh simultan (secara bersama-sama) dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Berikut adalah daftar kriteria pengambilan keputusan yang dapat digunakan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen:

- 1) Pengaruh simultan variabel X terhadap variabel Y terjadi jika nilai signifikansi (sig) kurang dari 0,05 atau F hitung melebihi F tabel.
- 2) Tidak ada pengaruh simultan variabel X terhadap variabel Y jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 atau F hitung lebih rendah dari F tabel.

**Tabel 4.11 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1671.774	2	835.887	186.622	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	434.466	97	4.479		
	Total	2106.240	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Sumber: Hasil penelitian data diolah oleh SPSS 26**

Angka (sig) yang lebih kecil dari 0,05 sesuai dengan tabel di atas yang menunjukkan bahwa variabel dependen (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen (X).

**c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Ini merupakan ukuran penting untuk menilai sejauh mana korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat dijelaskan oleh model regresi linier berganda. Efektivitas variabel independen dalam mengukur variabel dependen semakin meningkat seiring dengan semakin besarnya nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Dalam menjelaskan variabel dependen secara bersamaan uji  $R^2$  pada dasarnya menguji digunakan untuk mengukur persentase konstirbusi variabel bebas. dan ini memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel independen secara bersamaan, dengan  $0 \leq R^2 \leq 1$

**Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	0.891 <sup>a</sup>	<b>0.794</b>	0.789	2.116	0.794	186.622	2	97	0.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

**Sumber: Hasil penelitian data diolah oleh SPSS 26**

koefisien determinasi, variabel dependen Y dipengaruhi oleh variabel independen X1 dan X2 secara total sebesar 79,4% sedangkan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh variabel non penelitian.

Berikut adalah pedoman interpretasi untuk melakukan koefisien determinasi yaitu:

**Tabel 4.13 Koefisien Interpretasi Determinasi**

<b>Koefisien Determinasi</b>	<b>Interpretasi</b>
0.00-0.199	<b>Sangat rendah</b>
0.20-0.399	<b>Rendah</b>
0.40-0.599	<b>Sedang</b>
0.60-0.799	<b>Kuat</b>
0.80-1.00	<b>Sangat kuat</b>

### C. Pembahasan

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh Food Quality dan Packaging terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Browcyl kota Palopo, sehingga dapat dibahas secara individual dari tiap-tiap variabel yakni sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Food Quality terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis variabel Food Quality menunjukkan bahwa pada hasil uji analisis, nilai T-hitung sebesar (7.651) yang lebih besar dari nilai T-tabel sebesar (1.984), dengan nilai signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari (0,05). Juga dilihat dari nilai koefisien regresinya yaitu (0,410). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Food Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan yang baik dapat membantu membangun kepercayaan konsumen terhadap produk makanan yang disajikan. Jika produk makanan yang ditawarkan memiliki kualitas yang konsisten, konsumen cenderung akan merasa senang dan percaya untuk membeli lagi di lain kesempatan. Produk makanan yang berkualitas biasanya memberikan pengalaman yang lebih baik. Misalnya, jika Browcyl menjual produknya dengan hasil yang memuaskan maka konsumen akan merasa puas dan bisa saja merekomendasikan produk makanan yang disajikan Browcyl kepada orang lain. Produk makanan yang berkualitas sering kali mendapatkan ulasan positif dari konsumen. Ulasan yang baik dapat menarik pembeli baru dan memperkuat keputusan pembelian mereka.

Hasil ini menguatkan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang mengatakan bahwa Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.<sup>57</sup>

Dalam penelitian Penelitian M. Fardiman dan Sri Ernawati. "Pengaruh *Food Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mba Ida Jl. Datuk Di Banta Kota Bima" menunjukkan hasil yang sama Dilihat dari hasil Uji t (secara parsial) hasil statistik uji t variabel *Food Quality* diperoleh nilai t hitung sebesar 5,288 dengan nilai t tabel sebesar 1,985 ( $5,288 > 1,985$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,5 ( $0,000 < 0,05$ ) ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Food Quality* terhadap keputusan pembelian.<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil penelitian diatas, sebagai konsumen tentunya kita harus memperhatikan setiap produk makanan yang kita beli, seperti kualitas makanan yang diatur oleh BPOM. Dapat dilihat dari keamanan pangan yang disediakan oleh Browcy tim produksi dan quality control dari browcyl sendiri memastikan kualitas pisang yang akan digunakan, tim procurement untuk mengidentifikasi kebutuhan evaluasi, hingga pelibatan distributor pemasok dan pengepul pisang yang berhubungan langsung dengan para petani pisang lokal, mutu produk yang disajikan, kelayakan edar dari produk makanan seperti kehalalan produk makanan

---

<sup>57</sup> Dr. Frans Sudirjo, S.E.,M.M. : Analisis Kualitas Produk. (2023)

<sup>58</sup> Fardiman, M. "Pengaruh food quality terhadap keputusan pembelian ayam geprek mba ida jl. datuk di banta kota bima." *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2.2 (2020): 154-162.

yang akan dibeli, serta pengemasan yang meliputi keamanan kemasan serta stabilitas produk makanan yang dipasarkan.

## **2. Pengaruh Packaging terhadap keputusan pembelian konsumen.**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis variabel packaging menunjukkan bahwa hasil uji analisis variabel Packaging menunjukkan nilai T-hitung sebesar 4.063 yang lebih besar dari nilai T-tabel 1.984, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel X2 terhadap Variabel Y. yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel packaging terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl Kota Palopo.

Hasil penelitian secara umum menunjukkan bahwa Packaging atau kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, desain yang menarik, mutu kemasan, serta inovasi kemasan semuanya berkontribusi pada pengaruh ini. Browcyl yang memanfaatkan aspek-aspek ini dalam kemasan mereka cenderung akan dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan kepercayaan, pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif. Di browcyl sendiri menggunakan paperbag dan tidak menggunakan plastik, dimana plastik sendiri merupakan kemasan yang tidak ramah akan lingkungan, tentu saja akan menjadi nilai plus bagi konsumen.

Hal ini didukung oleh penelitian Penelitian Nirwana Sampara “Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Roti Mantau (Sinar Terbang) Kota Madya Parepare dengan hasil penelitian diketahui bahwa kemasan (*Packaging*) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan

kemasan terhadap keputusan pembelian. Uji hipotesis yang pertama yang menyatakan kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima ini berarti semakin baik kemasan berakibat pada semakin banyak proses keputusan pembelian. Melihat dari hasil uji t pada variabel kemasan, berdasarkan uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar ( $3,932 > 1,65267$ ) dengan tingkat nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , ini berarti ada pengaruh kemasan (*Packaging*) terhadap proses keputusan pembelian diterima.<sup>59</sup>

Packaging yang kuat dapat menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi dalam benak konsumen dan memotivasi mereka untuk memilih produk yang dikaitkan dengan kemasan tersebut. Kotler menyimpulkan ada tiga perangkat mencakup bahan dalam kemasan yaitu:

1. Kemasan primer adalah wadah langsung bagi produk
2. Kemasan sekunder adalah bahan yang melindungi kemasan primer dan kemudian dibuang apabila produk akan dipakai.
3. Kemasan pengiriman yaitu kemasan yang penting penyimpanan, identifikasi dan transportasi.<sup>60</sup>

### **3. Pengaruh Food Quality dan Packaging terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo.**

Secara simultan, variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Ini mengindikasikan bahwa

---

<sup>59</sup> Sampara, Nirwana. "Pengaruh Kemasan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Roti Mantao (Sinar Terang) Kota Madya Parepare." *Indonesian Journal of Intellectual Publication* 2.3 (2022): 129-135.

<sup>60</sup> Kotler, philip: Manajemen Pemasaran, analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol, edisi 9 (penerbit PT. Prenhallindo: Jakarta) (1999).

Food Quality (X1) dan Packaging (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Hasil uji koefisien korelasi determinan menunjukkan koefisien korelasi ( $R^2$ ) sebesar 0.891, yang menandakan hubungan yang kuat. R Square memiliki nilai sebesar 0.794, yang berarti bahwa variabel independen (X) Food Quality dan Packaging secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y) sebesar 79,4%. Sementara itu, 20,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil uji F menunjukkan angka (sig) yang lebih kecil dari 0,05 sesuai dengan hasil pengujian pada tabel diatas, dimana dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen atau Keputusan pembelian (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen atau *Food Quality* dan *Packaging* (X).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari hasil analisis maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa variabel *Food Quality* (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel *Food Quality* nilai T-hitung sebesar 7.651 yang lebih besar dari T-tabel sebesar 1.984 dengan tingkat signifikansinya 0,05. Selain itu, tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya H1 diterima dan H0 ditolak. Berdasarkan hasil olah data diatas bisa disimpulkan bahwa semakin baik kualitas makanan yang ditawarkan, semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan faktor yang penting memengaruhi persepsi dan preferensi konsumen, sehingga peningkatan kualitas makanan dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan penjualan. sebagai konsumen tentunya kita harus memperhatikan setiap produk makanan yang kita beli, seperti kualitas makanan yang diatur oleh BPOM. Dapat dilihat dari keamanan pangan yang disediakan oleh Browcy, tim produksi dan quality control dari browcyl sendiri memastikan kualitas pisang yang akan digunakan, tim procurement untuk mengidentifikasi kebutuhan evaluasi, hingga pelibatan distributor pemasok dan pengepul pisang yang berhubungan langsung dengan para petani

pisang lokal, mutu produk yang disajikan, kelayakan edar dari produk makanan seperti kehalalan produk makanan yang akan dibeli, serta pengemasan yang meliputi keamanan kemasan serta stabilitas produk makanan yang dipasarkan.

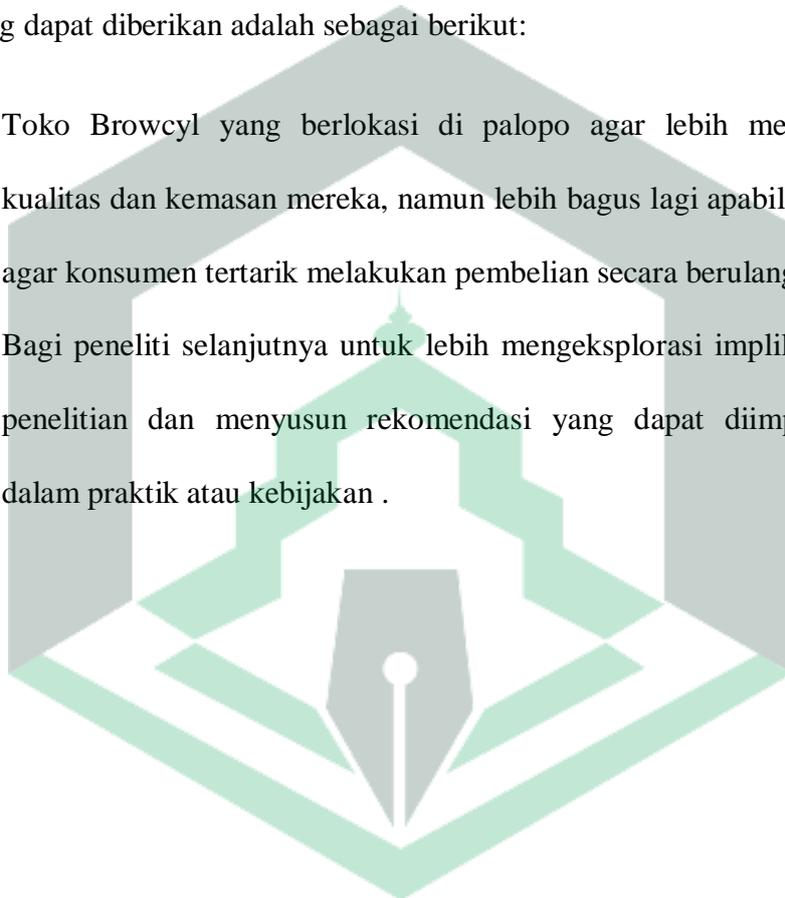
2. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa variabel *Packaging* (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel *Packaging* nilai T-hitung sebesar 4.063 yang lebih besar dari T-table sebesar 1.984 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima. Disimpulkan bahwa kemasan memiliki peran penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Semakin baik dan menarik kemasan suatu produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Kemasan yang menarik serta ramah lingkungan juga kemasan yang fungsional dapat meningkatkan daya tarik produk dan memberikan nilai tambah, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut diantara pilihan lain. Oleh karena itu perusahaan perlu fokus pada kualitas kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian.
3. Secara simultan, terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara *Food Quality* dan *Packaging* terhadap keputusan pembelian, dimana variabel dependen Y dipengaruhi oleh variabel independen X1 dan X2 secara total sebesar 79,4% sedangkan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh variabel non penelitian. Berdasarkan pengujian diatas, Faktor ini menunjukkan bahwa

perusahaan harus fokus pada peningkatan kedua aspek tersebut untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Toko Browcyl yang berlokasi di palopo agar lebih mempertahankan kualitas dan kemasan mereka, namun lebih bagus lagi apabila ditingkatkan agar konsumen tertarik melakukan pembelian secara berulang.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mengeksplorasi implikasi dari hasil penelitian dan menyusun rekomendasi yang dapat diimplementasikan dalam praktik atau kebijakan .



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Frans Sudirjo: Analisis Kualitas Produk. (2023)
- Mashur Razak: Perilaku Konsumen, (2016):206.
- Rahmawati: apa saja variabel penelitian dalam bidang marketing (2022):44.
- Ika Barokah Suryaningsih, Andi Sularso, Tanti Handriana: Manajemen pemasaran pariwisata dan indikator pengukuran. (2020): 46.
- Sigit Hermawan dan Amirullah: Metode penelitian bisnis pendekatan kuantitatif dan kualitatif (2016).
- Imam Gozhali, aplikasi analisis multivariate, dengan program SPSS. (edisi III);Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponorogo, 2005):85.
- Iman Gazhali, Aplikasi Analisis multivariate dengan program IPM SPSS 21 cetakan ke7, (Semarang ; Badan penerbitan Universitas Diponegoro, 2013): 61
- Kotler, P., & Keller, K. L. Manajemen pemasaran. Penerbit Erlangga. (2016): 277- 278.
- Kotler, Philip (1999) manajemen pemasaran, analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol, edisi 9. Alih bahasa, Hendra Teguh. Penerbit PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong : Prinsip-prinsip pemasaran. (2012): 235. Edisi 13. Jilid 1.
- Latipun, M. A. (2006). Metodologi penelitian Kualitatif Jakarta: Prenada Media: 51
- Made Putri Ariasih, Akka Latifa Jusdienar, Monalisa: Buku Ajar Manajemen Pasar. (2023): 157.
- Philip Kotler Dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 (Jakarta:Erlangga, 2008):180-181.
- Samsu, metode penelitian: Teori dan aplikasi penelitian kuantitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research dan development, E. Rusmini (Jambi: PUSAKA, 2017).

Saputra, Andika. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.

Sugiyono, *Metode Penelitian, Bisnis*, Edisi 3 (Bandung:Alfabeta,2017):148

Sugiyono, *statistika untuk penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 194 dan R&D. Bandung: Alfabeta:251-252.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (2016): 123-124

Tjiptono, F. *Perilaku konsumen: Teori dan praktik*. Penerbit Andi. (2014). Hal 47-48.

V Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019): 81.

### **Jurnal**

Anggriani, Devi. "Pengaruh Merek (Brand), Kemasan (Packaging) dan Harga (Price) Terhadap Keputusan Pembelian Selai Buah Homemade Marwah di Medan." *Jurnal Manajemen Tools* 11.2 (2019): 1-12.

Dwijayanti, B.H.PA.,T.W.N.Y. Totok And S.J.A.M.H. Tannady. “ Peran Promosi, Eco Friendly, Packaging, Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Ritel Kopi Susu”. *Jurnal Kewarganegaraan*.6.3 (2022).

Fadilla, R. I., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). “Analisis Produk, Brand Image, dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Roti Wonder Bakery di Surakarta”. *JurnalIlmiahEdunomika*, 3(01)

Fadirman, M. dan Sri Ernawati “Pengaruh Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mba Ida Jl. Datuk Dibanta Kota Bima. Brand *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*” 2. no.2 (2020), 154-162.

Fahmi, muhammad ainul, et al. “Analisis Green Marketing Terhadap Eco-Friendly Product Pada Convenience Store Menggunakan Metode Swot.” *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis* 5.2 (2023): 109-123.

Hanifah, regina dewi “Pengaruh Food Quality Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus: Gaembul Korean And Japanese Restaurant Barbeque All You Cant Eat Cabang Bintaro”. “*journal FAME: Journal food and beverage, product and services* 2.2 (2020).

- Hanifah, Regina Dewi “Pengaruh Food Quality Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus: Gaembul Korean And Japanese Restaurant Barbeque All You Cant Eat Cabang Bintaro)”. *Journal FAME: Journal Food And Beverage, Product And Services* 2.2 (2020).
- Ida Ayu Mas Laksmi Dewi, S.E.,M.M. dan Prof. Dr.Dra. I Gusti Ayu Ketut Giantari, M.Si. :Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, Dan Kualitas Produk. (2023), hal:14
- Illanisa, Nugrahanum, Wandy Zulkarnaen, and Asep Suwana. "Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Sekolah Dasar Islam Binar Indonesia Bandung." *Jurnal Semar: Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Rivi* 1.3 (2019): 16 -25.
- Jabani, M., Pakata, Ass, & Erwin,E. (2024). Evaluasi Kinerja Strategi Manajemen Pemeliharaan Menggunakan Kriteria Malcolm Baldrige. *Hasanuddin Economics And Bussines Revie*, 8 (1), 1-9.
- Jibria Ratna Yasir., ilham, & padli,k. “Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi Dan Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo,” *al-kharaj: Journal of islamic economic and business* 4.1 (2022): 23-36.
- Makkulase, R.,& sari, N. I (2018). Implementasi manajemen sumber daya manusia (MSDM) pada perguruan tinggi keagamaan islam negeri (PTKIN) dinamis: *journal of islamic management and bussiness*, 1 (1).
- Made Putri Ariasih, S.Si.,M.M. Akka Latifa Jusdienar, M.M, Dr. monalisa, M.M : Buku Ajar Manajemen Pasar. (2023): 157.
- Magdalena, Maria, And Suroso Winardi. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti CV. Rima Bakery Di Kota Padang.” *Jurnal Pundi* 4.1 (2020).
- Marsel Riki Tendean, Lisbeth Mananeke, Dan Ferdy Roring “Pengaruh Viral Marketing. Store Location, Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Mcdonald’s Manado” 8. No. 1(2020):153.
- Nurjannah, Nurjannah, and Firman Pandu Ramadhan. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Ko ta Palopo." *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 4.1 (2021): 85-95.

- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. "Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada pigeonoleh coffe bintaro tangerang selatan," 2(2): 148
- Parassih, Elfa Karin, and Eko Harry Susanto. "Pengaruh Visual Packaging Design (Warna, Bentuk, Ukuran) dan Packaging Labeling (Komposisi, Informasi Nilai Gizi, Klaim) terhadap Purchase Intentions Produk Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Di Jakarta." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5.1 (2021): 66-71.
- Rahayu sri, and darman syafe'i. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan." *Jesya (jurnal ekonomi dan ekonomi syariah)* 5.2 (2022): 2192-2107.
- Rahmayanti, Heri Indriya, And Samsul Arifin. "Pengaruh Green Product Quality, Green Corporat Image, Dan Green Packaging Terhadap Green Costumer Loyalty." *Ummagelang Conference Series*. 2022.
- Setiawan, E. I ., Surahman, E., & Rifuddin, B. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada PT. Semen Tonasa, Tbk Di Kota Palopo. *Jurnal Of Islamic Economic And Bussiness*, 2(2), 52-56.
- Sitepu, Dona Laurika Br, Hayanuddin Safri, and Raja Saul Marto Hendry. "Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada toko Roti Hasanah Bakery Rantau prapat." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2.1 (2022): 84-96.
- Yani, Ade Vera, Idealistuti Idealistuti, And Nabila Ratna Komala. "Pengaruh Jenis Kemasan Plastik Dan Waktu Penyimpanan Terhadap Pengamatan Visual Kue Lapis Tapioka The Effect Of Type Of Plastic Packaging And Storage Time On Visual Observation Of Tapioca Layer Cake." *Edible: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Teknologi Pangan* 11.2 (2022): 7-13
- Arno, A. K., Ishak, I., & Kamal, F. (2021). The Performance of Competitiveness of Sharia Banking (Indonesia-Pakistan) Using Porter's Diamond Theory. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(2), 261–284. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i2.4188>
- Iskandar, A. S., Jabani, M., & Kahar Muang, M. S. (2021). Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.305>
- Iskandar, S., Rifuddin, B., Ilham, D., & Rahmat, R. (2021). The role of service marketing mix on the decision to choose a school: an empirical study on elementary schools. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(3), 469–476. <https://doi.org/10.29210/020211177>
- Yusmat, M. A., Bakri, A. N., & ... (2023). Optimization The Role of Sharia Bank in National Economic Recovery Through Results-Based Micro-Finance. ...: *Jurnal Ekonomi Dan ...*, 8(1), 53–78. <http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika/article/view/15932>
- Yusuf, M., Betty Marlina Sihombing, H., Rachid Chenini, A., Agama Islam Negeri Palopo, I., Bandung, S., & Darma Agung, U. (2022). The Effect of

Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets.  
*IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 177–192.  
<https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>

### Website

Kementiran agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, (bogor: unit percetakan Al-Qur'an, 2018), 33.

Kementiran agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, (bogor: unit percetakan Al-Qur'an, 2018), 745

Kementiran agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, (bogor: unit percetakan Al-Qur'an, 2018), 114



**L**

**A**

**M**

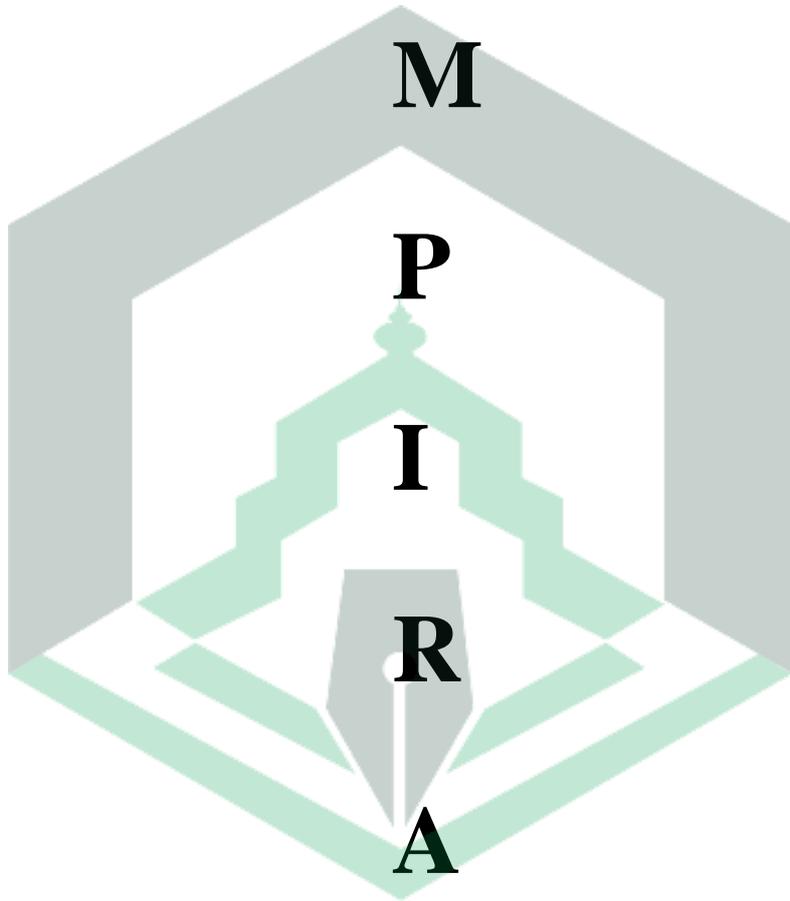
**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## Lampiran: Surat Izin Penelitian



**PEMERINTAH KOTA PALOPO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921  
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmptsp@palopokota.go.id, Website : http://dpmptsp.palopokota.go.id

---

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
NOMOR : 500.16.7.2/2024.0511/IP/DPMTSP

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama	: ANDI ANNISA AFDAL
Jenis Kelamin	: P
Alamat	: DSN Buntu Barana, Kec. Suli Barat. Kab. Luwu
Pekerjaan	: Mahasiswi
NIM	: 2004010120

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH FOOD QUALITY DAN PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN BROWCYL DI KOTA PALOPO**

Lokasi Penelitian	: Browcyl Kota Palopo
Lamanya Penelitian	: 4 Juni 2024 s.d. 4 September 2024

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 4 Juni 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :  
Kepala DPMTSP Kota Palopo  
**SYAMSURIADI NUR, S.STP**  
Pangkat : Pembina IV/a  
NIP : 19850211 200312 1 002

**Tembusan, Kepada Yth.:**

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSiE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



## Lampiran 2: kuesioner Penelitian

### KUISIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN BROWCYL**

#### **DI KOTA PALOPO**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya Andi Annisa Afdal Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo sedang melakukan penelitian (Tugas Akhir/Skripsi) dengan Judul Pengaruh Food Quality dan Packaging terhadap keputusan pembelian pada konsumen Browcyl di Kota Palopo. Oleh karena itu diperlukan dukungan dan partisipasi dari Teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya. Semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah.

Adapun kriteria untuk mengisi kuisisioner ini yaitu: Konsumen Browcyl Kota Palopo.

Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan teman-teman dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

## Identitas Sampel

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-Laki
  - b. Perempuan
3. Usia :
  - a. <20 tahun
  - b. 20-29 tahun
  - c. 30-39 tahun
  - d. 40-49 tahun
  - e. >50 tahun
4. Konsumen Browcyl Kota Palopo.

Petunjuk Pengisian:

Jawablah pertanyaan berikut dengan mengisi jawaban atau memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia di bawah ini yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/I paling sesuai:

### **Keterangan :**

1. Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju
2. Nilai 2 = Tidak Setuju
3. Nilai 3 = Kurang Setuju
4. Nilai 4 = Setuju
5. Nilai 5 = Sangat Setuju

Food Quality (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memilih membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena merasa sangat puas dengan rasa yang disajikan.					
2.	Saya cenderung akan membeli produk makanan yang ada di Browcyl ini secara berkala berdasarkan rasa yang konsisten					
3.	Saya memilih untuk membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena merasa puas dengan teksturnya yang sesuai dengan preferensi saya.					
4.	Saya menganggap tekstur sebuah produk makanan sangat penting.					
5.	Saya merasa senang dengan variasi pilihan ukuran porsi yang tersedia untuk produk makanan yang ada di Browcyl					
6.	Saya cenderung akan memilih untuk membeli produk makanan berdasarkan ukuran porsinya					
7.	Saya memutuskan untuk membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena memiliki aroma yang enak dan lebih ringan					
8.	Saya memilih untuk membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena aroma pada produk dapat mempengaruhi selera makan saya					
9.	Saya memilih untuk membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena warna produk yang disajikan memberikan kesan tentang kualitas dan kesegaran produk					
10.	Saya merasa warna produk makanan yang disajikan sangat bervariasi dan menarik secara visual					
11.	Saya menganggap temperatur produk makanan penting untuk pengalaman makan yang baik					
12.	Saya memutuskan untuk membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena konsisten dengan temperatur terhadap makanan yang disajikan					

Packaging (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memilih membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena Desain Packaging yang unik.					
2.	Saya memilih membeli produk makanan di browcyl karena desain Packaging yang modern.					
3.	Saya memilih membeli produk makanan di browcyl karena menggunakan kemasan yang berkualitas.					
4.	Saya memilih membeli produk makanan di Browcyl karena memiliki kemasan yang kuat dan tahan lama.					
5.	Saya melihat inovasi kemasan sebagai faktor utama sebelum membeli produk makanan di Browcyl					
6.	Saya yakin bahwa inovasi kemasan dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen.					

Keputusan Pembelian (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memutuskan untuk membeli kembali produk makanan di Browcyl karena kualitas rasanya terjamin.					
2.	Saya memutuskan akan melakukan pembelian ulang dikemudian hari karena packagingsnya yang unik.					
3.	Saya yakin dengan membeli produk di makanan Browcyl merupakan keputusan yang benar.					
4.	Saya yakin produk yang ada di Browcyl konsisten dalam kualitasnya.					
5.	Saya percaya bahwa produk yang saya beli di Browcyl memiliki kualitas yang sama seperti pada pembelian sebelumnya.					
6.	Saya percaya bahwa produk yang saya beli di Browcyl menyajikan rasa yang beragam seperti pada pembelian sebelumnya.					
7.	Rekomendasi dari orang lain sangat mempengaruhi keputusan pembelian saya					
8.	Saya memutuskan untuk membeli produk makanan yang ada di Browcyl karena mendapatkan rekomendasi dari teman saya					

FOOD QUALITY (X1)												TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	45
4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	53
4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	50
3	4	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	27
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	51
4	2	5	5	3	4	3	4	4	1	1	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	57
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	55
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	51
2	1	1	4	2	3	4	3	4	4	4	4	36
3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	50
3	3	3	5	5	3	3	5	3	5	5	3	46
5	3	4	3	5	5	5	4	3	5	5	4	51
4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	4	2	40
4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	48
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	56
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	54
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	50
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	51
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	52
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	45
5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	54
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	53
3	2	3	5	3	4	3	3	3	3	5	3	40
3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	48
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	47
5	3	4	4	3	5	3	1	5	5	2	5	45
5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	51
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	48
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	51
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	53
4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	55
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	2	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	37
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	49
3	2	4	5	4	5	4	4	4	3	2	3	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	43
3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	52
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	45
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	53
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	49
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	52
1	4	3	1	1	1	1	2	3	4	3	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	53
5	4	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	51
4	4	4	3	5	3	4	3	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	3	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	43
4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	46
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	42

PACKAGING (X2)						TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)								TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
3	3	3	2	3	5	19	3	3	3	4	4	4	5	3	29
4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	5	4	4	5	4	34
1	1	1	3	3	3	12	2	3	3	3	2	2	2	2	19
4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	5	4	33
3	4	3	1	5	3	19	1	3	5	4	4	4	5	4	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	3	3	4	4	3	20	3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	5	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	3	31
2	2	2	4	4	4	18	4	4	4	2	2	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	25	3	3	4	4	4	4	4	5	31
3	3	3	3	4	5	21	3	3	3	3	3	3	5	3	26
5	5	4	3	4	5	26	4	4	4	5	5	4	5	4	35
2	2	4	4	4	4	20	2	3	4	2	2	4	4	2	23
3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	5	26	4	3	5	5	5	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	5	27	4	3	4	4	4	4	5	5	33
5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	5	5	4	4	27	5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	4	4	4	4	4	34
4	4	3	4	4	4	23	4	3	4	4	4	4	4	5	32
4	5	5	4	5	4	27	5	4	4	5	4	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	5	28	5	4	5	5	5	5	5	4	38
4	4	4	5	4	3	24	4	4	4	4	5	5	5	5	36
3	3	3	3	4	5	21	3	3	3	3	3	3	5	2	25
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	8
1	1	2	4	4	4	16	4	4	5	3	4	4	4	4	32
1	4	3	3	1	3	15	1	3	4	5	5	4	2	5	29
4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	4	5	4	5	5	36
5	4	5	5	4	4	27	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	5	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	5	28	5	4	4	5	4	4	4	4	34
5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	5	5	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	23	4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	5	5	3	24	3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	4	3	3	4	3	21	3	3	3	3	3	4	3	3	25
4	4	4	3	3	4	22	3	4	3	4	4	4	3	4	29
4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	23	4	3	4	4	4	4	5	4	32
4	4	5	4	3	4	24	3	4	3	4	3	4	5	4	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	4	3	4	3	3	22	5	5	3	4	4	4	3	4	32
4	4	4	4	3	3	22	4	4	3	4	4	3	3	4	29
4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	5	5	5	4	4	37
3	3	4	4	4	4	22	3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	5	5	4	26	4	5	4	5	4	5	4	5	36
3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	3	4	4	4	27
5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	5	5	5	4	5	38
3	4	4	4	4	4	23	3	4	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	5	4	5	5	4	28	5	4	4	4	4	5	5	5	36
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	3	4	26	4	3	4	5	4	3	4	5	32
4	5	5	5	5	4	28	4	4	4	5	3	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	4	4	33
2	1	1	1	1	5	11	1	1	1	2	1	2	5	4	17
3	4	4	3	4	4	22	3	3	2	3	3	3	3	3	23
5	4	5	4	5	5	28	4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	4	4	5	5	4	27	5	4	5	4	5	3	3	4	33
5	5	5	3	5	5	28	3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	4	4	3	4	3	21	3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	3	4	30
3	3	4	4	4	4	22	5	3	5	5	5	5	5	5	38
3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	4	19	4	3	4	4	4	4	3	3	29
4	4	5	3	5	4	25	4	4	5	4	4	3	3	3	30
4	3	4	3	3	4	21	3	3	4	4	4	4	3	3	28
3	4	3	4	3	4	21	4	3	4	4	4	3	3	3	28
4	3	4	4	3	3	21	4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	3	4	4	23	3	3	4	4	4	3	3	3	27



X1.7	Pearson Correlation	0.482**	0.502**	0.570**	0.578**	0.711**	0.646**	1	0.666**	0.639**	0.596**	0.555**	0.580**	0.851**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	0.316**	0.465**	0.519**	0.543**	0.625**	0.463**	0.666**	1	0.510**	0.461**	0.592**	0.509**	0.760**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	0.501**	0.444**	0.624**	0.453**	0.612**	0.659**	0.639**	0.510**	1	0.594**	0.459**	0.599**	0.795**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	0.304**	0.552**	0.434**	0.298**	0.542**	0.431**	0.596**	0.461**	0.594**	1	0.652**	0.637**	0.734**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.000	0.000	0.003	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	0.267**	0.441**	0.330**	0.462**	0.550**	0.386**	0.555**	0.592**	0.459**	0.652**	1	0.542**	0.712**
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	0.384**	0.499**	0.512**	0.419**	0.494**	0.498**	0.580**	0.509**	0.599**	0.637**	0.542**	1	0.751**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	0.626**	0.675**	0.754**	0.665**	0.801**	0.722**	0.851**	0.760**	0.795**	0.734**	0.712**	0.751**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**b. Uji Validitas Variabel *Packaging***

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	0.775**	0.734**	0.523**	0.559**	0.369**	0.861**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	0.775**	1	0.777**	0.498**	0.521**	0.294**	0.840**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.003	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	0.734**	0.777**	1	0.593**	0.599**	0.439**	0.893**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	0.523**	0.498**	0.593**	1	0.567**	0.243*	0.737**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.015	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	0.559**	0.521**	0.599**	0.567**	1	0.391**	0.775**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	0.369**	0.294**	0.439**	0.243*	0.391**	1	0.555**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.003	0.000	0.015	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	0.861**	0.840**	0.893**	0.737**	0.775**	0.555**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Tota	Pearson	0.782**	0.756*	0.772*	0.836*	0.843*	0.849*	0.585*	0.778*	1
I	Correlation		*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

#### d. Uji Reliabilitas Variabel *Food Quality*

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0,922	12

#### e. Uji Reliabilitas Variabel *Packaging*

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.874	6

#### f. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.903	8

#### g. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,09488510
Most Extreme Differences	Absolute	,112
	Positive	,112
	Negative	-,061
Test Statistic		,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		,003 <sup>c</sup>

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,153 <sup>d</sup>
99% Confidence Interval	Lower Bound	,144
	Upper Bound	,163

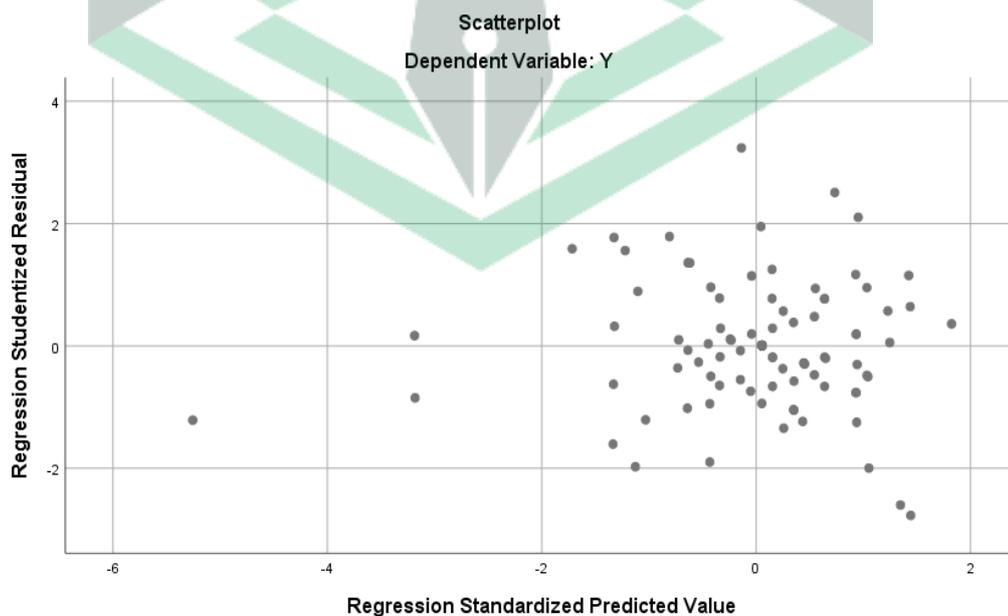
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

### h. Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	2,889	1,516		1,906	,060	
	Food Quality	,410	,054	,608	7,651	,000	,337
	Packaging	,391	,096	,323	4,063	,000	,337

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### i. Uji Heterokedastisitas



**j. Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	2.889	1.516		1.906	0.060
	X1	0.410	0.054	0.608	7.651	0.000
	X2	0.391	0.096	0.323	4.063	0.000

**k. Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1671.774	2	835.887	186.622	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	434.466	97	4.479		
	Total	2106.240	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**l. Uji Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	0.891 <sup>a</sup>	0.794	0.789	2.116	0.794	186.622	2	97	0.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

**Lampiran 5: Distribusi Nilar r-tabel**

75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

### Lampiran 6: Distribusi Nilai t-tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

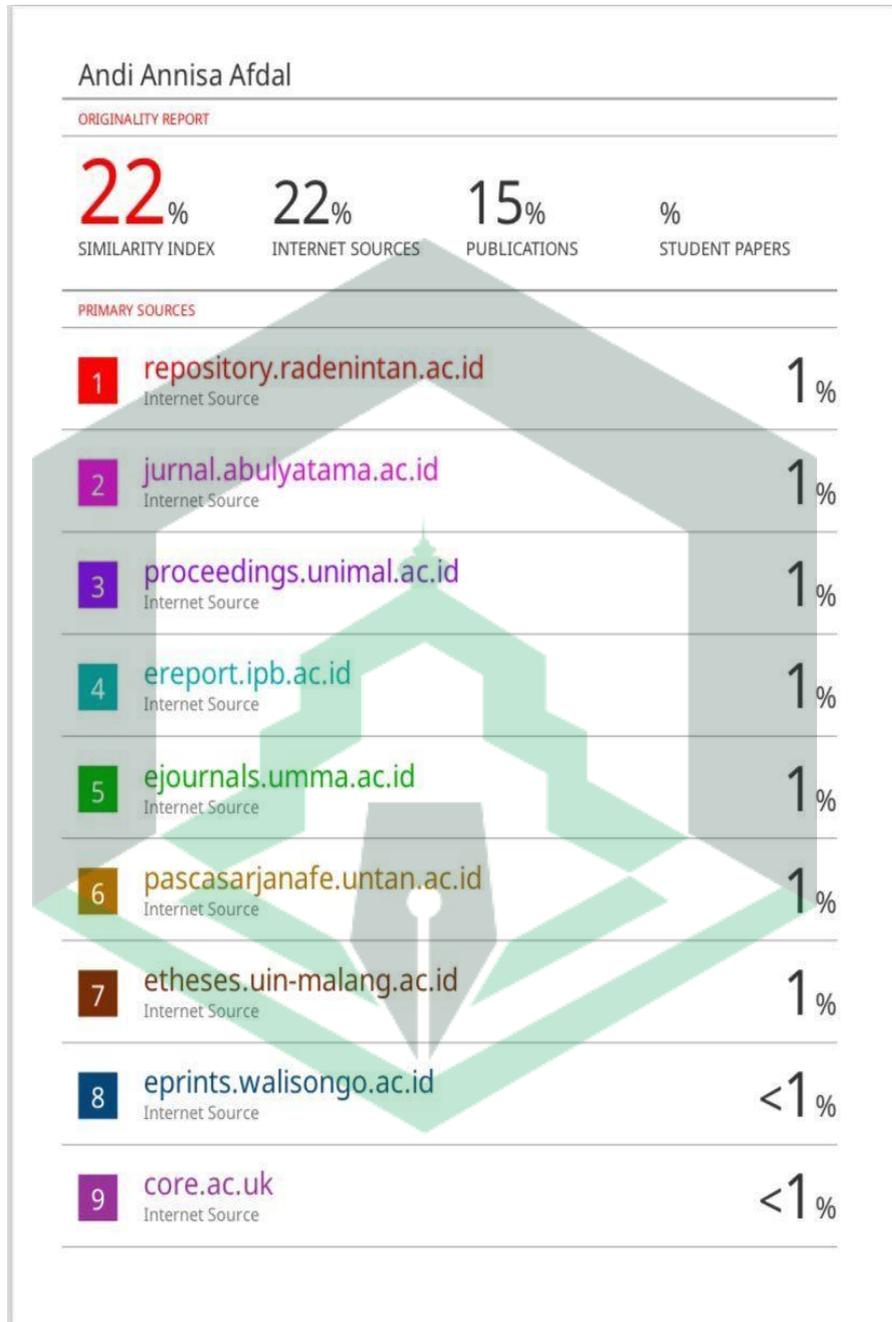
## Lampiran : 7 Sertifikat PBAK



## Lampiran 8 : Sertifikat Mahad



## Cek Turnitin



## Nota Dinas Tim Verifikasi Naskah Skripsi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. :

Hal : Skripsi an. Andi Annisa Afdal

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-  
Palopo

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Andi Annisa Afdal

NIM : 2004010120

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh *Food Quality* Dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Browcyl Di Kota Palopo

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Tim Verifikasi

1. Hardianti Yusuf, S.E.Sy.,M.E.

tanggal : 22 Agustus 2024

(.....)

2. Nining Agraini

tanggal : 22 Agustus 2024

(.....)

## SK Dosen Penguji dan Pembimbing

LAMPIRAN : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
NOMOR : 462 TAHUN 2024  
TANGGAL : 17 SEPTEMBER 2024  
TENTANG : PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA  
PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

---

I. Nama Mahasiswa : Andi Annisa Afdal  
NIM : 20 0401 0120  
Program Studi : Ekonomi Syariah

II. Judul Skripsi : Pengaruh *Food Quality* dan *Packaging* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen *Browcyl* di Kota Palopo.

III. Dosen Pembimbing dan Penguji :

Ketua Sidang : Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.

Sekretaris : Dr. Fasiha, M.E.I.

Pembimbing : Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Penguji Utama (I) : Dr. Takdir, S.H., M.H.

Pembantu Penguji (II) : Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

Dekan,  
  
Anita Marwing



## Halaman Persetujuan Pembimbing

### HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul :

“Pengaruh *Food Quality* Dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Browcyl Di Kota Palopo”

yang ditulis oleh :

Nama : Andi Annisa Afdal  
NIM : 20 0401 0120  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian/munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing

Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M

Tanggal :

## Nota Dinas Pembimbing

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

---

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :

Hal : Skripsi an. Andi Annisa Afdal

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama : Andi Annisa Afdal

NIM : 20 0401 0120

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : “Pengaruh *Food Quality* dan *Packaging* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Browcil di Kota Palopo”

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah. Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing,

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Tanggal :

## Nota Dinas Tim Penguji

Dr. Takdir, S.H., M.H., M.Kes

Edi Indra Setiawan, S.E., M.M

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M

### NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. : -

Hal : Skripsi a.n. Andi Annisa Afdal

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di-

Palopo

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Andi Annisa Afdal

NIM : 20 0401 0120

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : "Pengaruh *Food Quality* Dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Browcyl Di Kota Palopo"

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

1. Dr. Takdir, S.H., M.H., M.Kes  
(Penguji I)
2. Edi Inrda Setiawan, S.E., M.M  
(Penguji II)
3. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M  
(Pembimbing)

(.....)

tanggal :

(.....)

tanggal:

(.....)

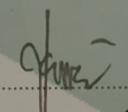
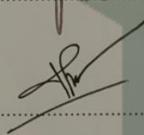
tanggal :

## Halaman Persetujuan Tim Penguji

### HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Food Quality* Dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Browcyl Kota Palopo” yang ditulis oleh Andi Annisa Afdal, NIM 20 0401 0120, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Kamis tanggal 25 september 2024, telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang Ujian Munaqasyah.

#### Tim Penguji

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. (.....)   
Ketua Sidang/Penguji tanggal :
2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. (.....)   
Sekretaris Sidang/Penguji tanggal :
3. Dr. Takdir, S.H.,M.H.,M.kes (.....)   
Penguji I tanggal :
4. Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M (.....)   
Penguji II tanggal :
5. Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M (.....)   
Pembimbing tanggal :

## Dokumentasi







## RIWAYAT HIDUP



**Andi Annisa Afdal**, lahir di Kota Palopo pada tanggal 18 Mei 2002. Penulis merupakan anak ke 1 dari 4 bersaudara dari pasangan seorang Ayah bernama **Andi Baso Afdal** dan **Ibu Nurmi Buurhanuddin S.Pd.** Saat ini bertempat tinggal di Desa Bt. Barana Kec. Suli Barat Kab, Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di SD Negeri 11 Bt. Barana Kec. Suli Barat. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Belopa hingga 2017. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Luwu. Setelah lulus SMA di tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact Person penulis: [4206480431@iainpalopo.ac.id](mailto:4206480431@iainpalopo.ac.id)