

**PENGARUH METODE PENGOLAHAN TERHADAP MINAT
KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK TEMPE DI USAHA INAQ
SALMIN DESA BUNUT BAK PRAYA LOMBOK TENGAH**



Oleh:

Abidatul Fitriah Anwar
170.501.113

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2021**

**PENGARUH METODE PENGOLAHAN TERHADAP MINAT
KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK TEMPE DI INDUSTRI INAQ
SAMLIN DESA BUNUT BAKO PRAJA LOMBOK TENGAH**

Skripsi

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

Abidatul Fitriah Anwar
NIM. 170.501.113

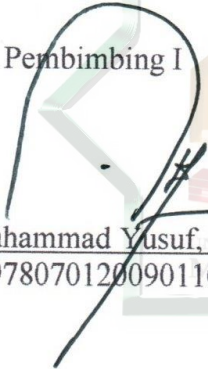
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2021**

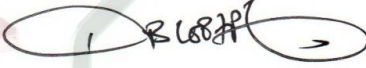
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh : Abidatul Fitriah Anwar NIM: 170501113 dengan judul “Pengaruh Metode Pengolahan Tempe Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Di Industry Inaq Salmin Desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji. Disetujui pada tanggal : 23, NOV. 2021

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhammad Yusuf, M.Si
NIP.197807012009011013


Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
NIP.197808102006041002

Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 23 NOV... 2021

Hal : Ujian Skripsi

Yang Terhormat

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di Mataram**

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara,

Nama Mahasiswa : Abidatul Fitriah Anwar

NIM : 170501113

Jurusan Prodi : Ekonomi Syari'ah

Judul : Pengaruh Metode Pengolahan Terhadap Minat
Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Di usaha
Inaq Salmin Desa Bunut Baik Praya Lombok
Tengah

Telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di *munaqasyahkan*.

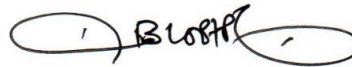
Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing I


Dr. Muhammad Yusuf, M.Si
NIP.197807012009011013

Pembimbing II


Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
NIP.197808102006041002

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Abidatul Fitriah Anwar, NIM.170501113 dengan judul **“Pengaruh Metode Pengolahan Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Di Usaha Inaq Salmin Desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah”** telah di *munaqasya*-kan didepan Dewan Penguji Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram pada hari , 23 NOV . 2021 dan telah dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Dr. Muhammad Yusuf, M.Si

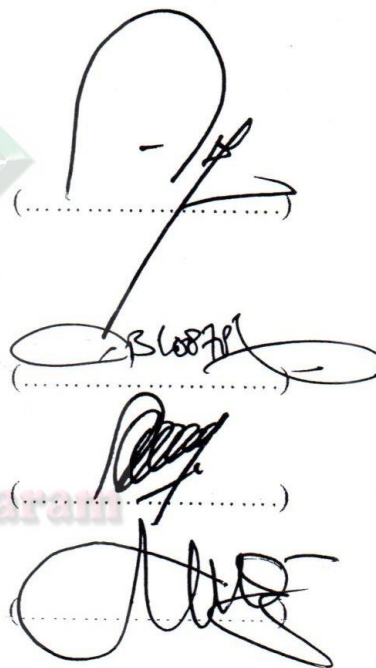
(Ketua Sidang Pemb. I)

Muh. Baihaqi.S.H.I., M.SI

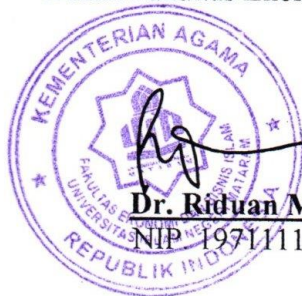
(Sekretaris Sidang Pemb.II)

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
(Penguji. I)

Muhammad Johari, M.S.I
(Penguji II)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag
NIP. 197111102002121001



Perpustakaan **UIN Mataram**

**“jangan pernah takut gagal dalam segala hal, karena kita tidak tahu
kemungkinan besar kegagalan itu yang akan membawa kita menuju
kemenangan .”**

PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya bapak Anwar dan ibu Suharni yang selalu memberikan doa dan dorongan untuk saya sampai saya bisa menyelesaikan pendidikan saya, untuk keluarga dan teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan senyum manisnya, untuk kampus tercinta UIN Mataram dan bapak/ibu dosen yang telah mendidik saya dengan penuh kesabaran selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia dan hidayahnya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Metode Pengolahan Tempe Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Di Industry Inaq Salmin Desa Bunut Baok Praya Lombok Tengah”. Sholawat serta salam tidak pernah lupa kita curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, dan juga untuk para keluarga, sahabat, serta pengikutnya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Proses menyelesaikan skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah membantu, yaitu kepada:

1. Kedua orang tua saya, bapak Anwar dan ibu Suharni yang selalu mendoakan disetiap langkah ketika beranjak keluar dari rumah untuk menuntut ilmu, terimakasih yang luar biasa saya ucapka untuk bapak dan ibu karena kalian saya bisa sampai dititik ini.
2. Bapak Dr. Muhammad Yusuf, M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI selaku dosen pembimbing 2.
3. Bapak Dr. Riduan Mas’ud, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Bapak Bahrur Rosyid MM Selaku Ketua Jurusan di Prodi Ekonomi Syari'ah.
5. Sahabat seperjuangan ibu Negara (Endang Surianti, Nia Apriani, Indriyani, Esy Nia, dan Nurika) terimakasih karena telah memberikan dukungan dan bantuan sukses untuk kalian.
6. Kakak Mun terimakasih atas bantuannya ketika penelitian.
7. Teman-teman kelas C Ekonomi Syari'ah angkatan 2017, terimakasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan.

Semoga bantuan dari semua pihak yang bersangkutan menjadi amal shaleh di sisi Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini akan diterima dengan senang hati.

Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat, khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca yang kemungkinan untuk perkembangan pengetahuan.

Perpustakaan UIN Mataram

Mataram, 23 November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAM Sampul	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK	xiii
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan manfaat	6
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
E. Kajian Pustaka/Telaah Pustaka	9
F. Kerangka Teori.....	12
1. Produksi	12
2. Pengolahan Pangan.....	14
3. Minat Konsumen	18
G. Hipotesis Penelitian.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Metode Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel	27
C. Variabel Penelitian	29
D. Instrumen Penelitian.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Jenis dan Sumber Data	31
G. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Penelitian	37
1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	37
B. Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Instrumen.....	41
2. Uji Asumsi Klasik	51
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	53
4. Uji Hipotesis	53
C. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	

**PENGARUH METODE PENGOLAHAN TEMPE TERHADAP MINAT
KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK TEMPE DI INDUSTRI INAQ
SALMIN DESA BUNUT BAK PRAJA LOMBOK TENGAH**

Oleh:

Abidatul Fitriah Anwar

Nim.170501113

ABSTRAK

Perekonomian merupakan kebutuhan setiap manusia dalam memenuhi tatanan hidup sehari-hari. Setiap manusia dapat meningkatkan perekonomiannya dari beberapa segi, yaitu pertanian, perdagangan, perindustrian dan lain sebagainya. Pembuatan tempe kedelai merupakan salah satu usaha perindustrian yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Industry yang memproduksi tempe banyak diminati oleh konsumen sebagai makanan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti mengenai pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry Inaq Salmin desa Bunut Baik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan di desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah dengan jumlah populasi yang tak terhingga, akan tetapi teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pendekatan rasio purba yang dimana dari perhitungan menggunakan pendekatan tersebut menghasilkan 96 responden atau sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, angket, dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian yang diperoleh peneliti adalah metode pengolahan tempe berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry Inaq Salmin desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah dengan besar pengaruh 5,9%. Kemudian metode pengolahan tempe berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salmin desa bunut baik praya Lombok tengah dengan taraf signifikan sebesar 1,7%.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian adalah kebutuhan setiap manusia dalam memenuhi tatanan hidup sehari-hari. Disadari atau tidak setiap interaksi terdapat perekonomian dari beberapa segi, yaitu pertanian, perdagangan, perindustrian, dan banyak lagi yang lainnya, oleh karena itu manusia tidak dapat dipisahkan dengan aktivitas ekonomi karena ekonomi merupakan roda kehidupan yang selalu berputar yang mengantarkan manusia ke arah perubahan untuk menjadi sejahtera.¹

Sektor pertanian merupakan sektor utama dalam perekonomian bangsa Indonesia. Hampir semua sektor yang ada di Indonesia tidak lepas dari sektor pertanian. Potensi alam yang dimiliki Indonesia menjadikan negara Indonesia menjadi negara yang subur dengan beraneka ragam flora dan fauna yang dapat tumbuh dan berkembang. Sebagai negara agraris, sebagian besar penduduk Indonesia menjadikan sektor pertanian sebagai sumber penghidupan.² Oleh karena itu, perlu ada pembangunan nasional yang bertumpu pada pembangunan pertanian.

Pembangunan merupakan proses perubahan yang direncanakan dan merupakan rangkaian kegiatan yang berkesinambungan, berkelanjutan, dan

¹Abdul Majid, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (*Skripsi*), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

²Citra Restu Wardani, "Analisis Usaha Pembuatan tempe Kedelai Di Kabupaten Purworejo", (*Skripsi*), Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008.

bertahap menuju yang lebih baik. Proses pembangunan harus disesuaikan dengan potensi yang dimiliki masing-masing daerah. Pembangunan pertanian merupakan bagian integral dari pembangunan nasional, karena visi dan misi pembangunan pertanian dirumuskan dalam kerangka dan mengacu pada visi dan misi pembangunan nasional. Salah satunya adalah kebijakan dalam pengembangan agribisnis. Kebijaksanaan pengembangan agribisnis ditujukan dalam rangka penempatan sektor pertanian dengan wawasan agribisnis sebagai proses penegak perekonomian nasional. Sistem agribisnis adalah rangkaian berbagai subsistem penyediaan prasarana dan sarana produksi termasuk industri pembenihan yang tangguh, subsistem jasa-jasa penduduknya. Pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis selain komponen produksi pertanian.³

Pembuatan tempe kedelai merupakan salah satu usaha dalam peningkatan nilai tambah produk kedelai menjadi tempe. Tempe merupakan makanan tradisional yang telah lama dikenal di Indonesia. Tempe dibuat dengan cara fermentasi atau peragian. Dalam proses fermentasi terlibat tiga faktor pendukung, yaitu bahan baku yang diurai (kedelai), mikroorganisme (kapang tempe), dan lingkungan tumbuh (suhu PH kelembaban).

Bahan baku pembuatan tempe biasanya adalah kedelai. Kedelai merupakan makanan yang kaya akan sumber protein nabati. Penggunaan kedelai umumnya dimanfaatkan untuk konsumsi masyarakat dan masukan

³Misra, "Model Pengendalian Persediaan Bahan Baku Terhadap Proses Produksi Tahu Tempe Pada UD Restu Pasui Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang", (*Skripsi*), Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

dalam usaha tani tanaman kedelai.⁴ Kedelai merupakan bahan baku utama yang harus selalu tersedia untuk keberlangsungan proses produksi tempe. Kedelai merupakan salah satu komoditi pertanian yang banyak dikonsumsi oleh aneka industri pangan dan rumah tangga di Indonesia. Kedelai telah banyak diolah menjadi aneka produk makanan bernilai tinggi seperti tempe, tahu, kecap, susu kedelai, dan lain-lain. Kedelai memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi terutama protein dan mineral. Produk olahan kedelai merupakan sumber asupan gizi yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena secara ekonomis masih terjangkau.⁵

Di pulau Lombok terdapat banyak industri rumahan yang mengolah kedelai menjadi tempe dan khususnya di dusun Prandap desa Bunut Baik Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah terdapat 2 industri rumahan yang mengolah kedelai menjadi tempe, salah satunya yaitu industri tempe Inaq Salmin.

Usaha industri tempe inaq salmin di dusun prandap desa Bunut Baik banyak dikenal oleh masyarakat sekitar. Awal mula didirikan industri tempe inaq salmin tersebut dari seorang keluarga yang baru membuka usaha tempe, keluarganya tersebut mengajarkan kepada inaq salmin cara pembuatan tempe dan akhirnya inaq salmin mulai tertarik dan mencoba membuat usaha tempe sendiri di rumahnya.

⁴ Citra Restu Wardani, "Analisis Usaha Pembuatan Tempe Kedelai Di Kabupaten Purworejo", (*Skripsi*) Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008.

⁵ Misra, "Model Pengendalian Persediaan Bahan Baku Terhadap Proses Produksi Tahu Tempe Pada UD Restu Pasui Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang", (*Skripsi*), Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

Pada tahun 2006 industri inaq salmin mulai berkembang sampai sekarang turun temurun ke anak-anaknya. Sekitar tahun 2010 alat yang digunakan untuk proses pembuatan tempehanya bermodalkan peralatan sederhana terbuat dari kayu yang mereka buat sendiri. Jumlah produksi tempe yang dihasilkan sangat sedikit, akan tetapi semakin lama inaq salmin menekuni usaha tempe tersebut semakin banyak pula konsumen yang meminati produknya dan jumlah produksinya pun meningkat bahkan sekarang memiliki beberapa karyawan, yang dulu hanya bermodalkan peralatan sederhana dan manual namun sekarang bisa membeli alat pemisah kulit kedelai dan pembelah kedelai yang masih utuh. Industri inaq salmin menggunakan bahan baku kedelai lokal karena terjangkau dan menghemat biaya pengiriman. Inaq salmin biasanya membeli persediaan bahan baku kedelai lokal di Mataram sebanyak 1 ton sebagai, sedangkan untuk perharinya inaq salmin menggunakan 100 Kg kedelai untuk pembuatan tempe. Industri inaq salmin tidak menjual tempe dari besar tempe yang dibuat akan tetapi dari kualitas dan rasa untuk mempertahankan minat konsumennya.⁶

Proses pengolahan tempe yang dilakukan inaq salmin adalah perendaman kedelai dilakukan pada malam hari sehingga di pagi hari bisa langsung melakukan proses perebusan kedelai, kemudian pemisahan kulit kedelai, peragian dan pengemasan dan terakhir pematangan tempe dilakukan 2 atau 3 hari untuk mendapatkan tempe yang tingkat kematangannya pas dan siap untuk dipasarkan. Kendala yang biasanya bisa menghambat industri

⁶Wawancara dengan inaq salmin, Tanggal 25 oktober 2020.

inaqsalmin adalah dana untuk pembelian bahan baku kedelai yang seiring berjalannya waktu harga yang kian meningkat akan tetapi permintaan tempe semakin bertambah.⁷

Dalam persaingan usaha yang ketat sekarang ini hal yang paling utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan konsumen. Konsumen merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peran *urgen* bagi perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan konsumen mempunyai akses terhadap eksistensi produk di pasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh konsumen.⁸

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Metode Pengolahan Tempe Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Di Industry Inaq Salmin Desa Bunut Baok Praya Lombok Tengah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat dua rumusan masalah yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Apakah ada pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri inaq Salmin ?
2. Apakah metode pengolahan tempe berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri inaq Salmin ?

⁷Wawancara dengan inaq salmin, Tanggal 25 Oktober 2020.

⁸Mabruroh, : *Membangun Kepuasan Konsumen Dan Akses Loyalitas* “. Benefit. Vol. 7 No 2. Desember 2003, Hlm 167.

C. Tujuan dan Manfaat

Dari rumusan masalah di atas, dapat ditelaah tujuan dan manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri inaq salmin desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah.
- b. Untuk mengetahui apakah metode pengolahan tempe berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri inaq salmin desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah:

- a. Secara akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan tentang bagaimana pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri inaq salmin desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah.

- b. Cara praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian ini.

- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi khalayak umum khususnya bagi masyarakat untuk lebih menghargai produk lokal dengan cara menggunakan bahan-bahan kedelai lokal.
- 3) Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya apabila kebetulan ingin meneliti tentang pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri Inaq Salmin Desa Bunut Baok Praya Lombok Tengah.
- 4) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi penulis.

D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian

1. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahannya yang akan dibahas dalam penelitian ini, tentang Pengaruh Metode Pengolahan Tempe Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Pada Sebuah Industri.

2. Setting penelitian

Adapun lokasi yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian adalah Industri Inaq Salmin Di Desa Bunut Baok Kecamatan Praya Lombok Tengah. Peneliti melakukan penelitian di industri inaq salmin desa Bunut Baok Kecamatan Praya Lombok Tengah dikarenakan peneliti ingin mengetahui apakah metode pengolahan tempe mempengaruhi minat konsumen yang membeli produk tempe Inaq Salmin Desa Bunut Baok Praya Lombok Tengah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

1. Abdullah Majid, dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan pamotan strategi dan potensi usaha tempe di desa sukamaju. Dengan mengumpulkan data dengan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara.

Hasil penelitian ini adalah kualitas produk semakin baik maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang industri tempe. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tempe barokah di Kecamatan pamotan, sedangkan peneliti lebih fokus pada metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen. pendapatan masyarakat.⁹

2. Maya Rosdiana Kapu, dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Penambahan Buah Pepaya Muda Terhadap Kadar Protein, Tekstur Dan Rasa Pada Tempe Kedelai Kuningan Lokal". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penambahan buah pepaya muda terhadap kadar

⁹ Lisa Palopo, "Strategi Pemasaran Usaha Tempe Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sukamaju", (*Skripsi*) FEBI IAIN, Palopo, 2019.

protein, tekstur dan rasa tempe. Dengan mengumpulkan data-data dari eksperimen yang dilakukan peneliti.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa penambahan buah pepaya dapat pengaruh kadar protein, tekstur dan rasa . Karena tempe dengan penambahan buah pepaya muda memiliki aroma yang khas yang dapat menurunkan minat responden. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produksi tempe. Sedangkan perbedaan penelitian ini fokus pada pengaruh penambahan buah pepaya terhadap kadar protein, tekstur dan rasa, sedangkan peneliti lebih fokus pada metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen.¹⁰

3. Sakina Lviana “ Strategi pemasaran dalam menarik minat beli masyarakat di took kue 3&4 (Study kasus di toko kue 3&4 kekalik jaya, kec.Sekarbela, kota mataram). Jurusan ekonomi Syariah, fakultas ekonomi dan bisnis islam Uin mataram.

Adapun hasil dari penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan dalam menarik minat konsumen. Ada beberapa strategi yang digunakan untuk menarik minat konsumen, yaitu pada toko kue 3&4 menggunakan segmentasi geografis, segmentasi psikografi, segmentasi tingkahlaku. Kemudian yang selanjutnya menggunakan positioning atau cara suatu perusahaan untuk merancang produk-produk agar dapat tercipta kesan yang selalu diingat oleh konsumen. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu

¹⁰ Siti Rohani, "Analisis Potensi UMKM Tahu dan Tempe Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam, (Skripsi) FEBI UIN Raden Intan Lampung, 2018.

peneliti membahas strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik minat konsumen, sedangkan pada penelitian ini menjelaskan pengaruh pengolahan terhadap minat konsumen tempe.¹¹

4. Wulandari “ Analisis Pemasaran Tahu Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo”. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Pengumpulan data berasal dari sejumlah unit atau individu dalam jangka waktu yang bersamaan melalui wawancara yang memiliki daftar pertanyaan berbentuk kuesioner.

Dari hasil penelitian ini Kecamatan kartasura merupakan salah satu sentra industri tahu di kabupaten sukoharjo. Usaha ini telah menjadi pencaharian pokok sebagian masyarakat di Kecamatan kartasura. Menurut penelitian ini Peningkatan pendapatan menjadi alasan utama dijalankannya usaha pembuatan tahu, karena keuntungan yang diperoleh dari usaha pembuatan tahu lebih besar dibandingkan dengan pekerjaan sebelumnya. Beberapa pekerja yang menjadi produsen tahu yang ada di Kecamatan kartasura sebelumnya bekerja sebagai penjahit, buruh pabrik dan montir.

Ada beberapa tahap untuk memperlancar usaha tahu, antara lain penyediaan bahan baku, penyediaan alat-alat usaha pembuatan tahu, proses pembuatan tahu dan pemasaran tahu. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang industri rumahan, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini berfokus pada pemasaran Tahu di

¹¹ Sakina Lviana, “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Masyarakat Di Toko Kue 3&4”. (*Skripsi*), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Mataram, 2020.

Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo, sedangkan peneliti berfokus pada metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen.¹²

5. Syarifah Rahmad Hidayat, Yasmini Suryaningsih, “Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen tempe (Study Kasus pada ud. Yuzak kecamatan panji kabupaten situbondo). Pada penelitian ini menjelaskan bahwa minat beli konsumen akan produk tempe yang di jual oleh UD. Yuzak berada pada kategorisangat tinggi, kemudian faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen tempe pada UD. Yuzak adalah pelayanan dan psikologis, sedangkan kualitas dan harga tidak mempengaruhi minat beli konsumen. Perbedaan antara penelitian terdahulu ini dengan penelitian saat ini adalah pada penelitian terdahulu lebih berfokus pada faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen tempe hanya pelayanan dan psikologis, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada pengaruh metode pengolahan terhadap minat konsumen tempe.”¹³

B. Kerangka Teori

1. Produksi

a. Pengertian Produksi

Produk menurut *J. Stanton* ada beberapa definisi menurut produk, yaitu:

¹²Wulandari “ Analisis Pemasaran Tahu Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo”. (*Skripsi*), Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008.

¹³Syarifah Rahmad Hidayat “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Tempe (Study Kasus Pada UD. Yazak Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo)”, *Jurnal Ilmiah Universitas Abdurrahman Saleh Situbondo*. Vol. 18 No 1, Juni 2020, Hlm 32.

Dalam arti sempit sebuah produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terikat dalam sebuah bentuk yang dapat didefinisikan. Sedangkan dalam arti luas sebuah produk adalah sekelompok nyata dan tidak nyata, di dalamnya termasuk kemasan, harga, warna, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan mutu penjualan.¹⁴

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Pada saat kebutuhan manusia masih sedikit dan sederhana kegiatan produksi dan konsumsi seringkali dilakukan oleh seorang diri. Seseorang memproduksi sendiri barang dan jasa yang dikonsumsi. Menurut pandangan islam produksi adalah usaha manusia untuk memperbaiki kondisi fisik material dan moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sesuai dengan syariat islam, kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁵

Dengan demikian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹⁶

¹⁴Philip Kotler, GaryArmstrong, *Prinsip-PrinsipPemasaran*, Jilid I, Edisi ketiga, (Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 1997), Hlm. 203.

¹⁵Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam islam*, (Permatanet, 2015), Hlm. 67.

¹⁶*Ibid.* Hlm 36

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa produk dan produksi merupakan satu-kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Produksi adalah proses kegiatannya sedangkan produk adalah hasil dari proses kegiatan tersebut.

b. Klasifikasi Produk

Pada umumnya pembelian produk dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan yaitu :

- 1) Produk inti (*core Product*), dimana dasar yang sesungguhnya dari suatu produk yang ingin didapatkan oleh konsumen.
- 2) Produk formal (*Formal Product*), adalah bentuk dari merek, kualitas dan kemasan.
- 3) Produk tambahan (*Augmented Product*), merupakan produk tambahan dari produk formal.¹⁷

2. Pengertian Tempe

Tempe adalah makanan hasil fermentasi yang dibuat dari kedelai diinokulasi dengan jamur *rhizopusoligosporus* dalam fermentasi padat. Fermentasi tempe merupakan fermentasi dua tahap yaitu oleh aktivitas bakteri yang berlangsung selama proses perendaman kedelai, dan fermentasi oleh kapang yang berlangsung setelah diinokulasi dengan kapang. Komposisi dan pertumbuhan mikro flora tempe semasa fermentasi

¹⁷Sofyan Assauri, “*Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan strategi*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), Hlm. 202.

sangat menarik untuk dicermati karena tidak hanya *R. Oligosporus* yang berperan.¹⁸

Menurut mulyowidarso bakteri merupakan mikroflora yang secara signifikan selalu tumbuh selama pembuatan tempe dan mempunyai peran yang penting. Walaupun *R. Oligosporus* berperan utama dalam pembuatan tempe, kemungkinan juga dapat tumbuh selama fermentasi tempe.

3. Pengolahan pangan yang sehat

Makanan adalah satu diantara kebutuhan bagi manusia, selain dari sandang dan papan. Manusia memerlukan makanan sebagai kebutuhan dasar yang jika dikonsumsi harus bersih dan mempunyai gizi yang baik dan bermanfaat.

a. Pengertian pengolahan pangan

Seiring dengan kemajuan zaman saat ini telah mampu menciptakan berbagai macam jenis makanan dan bentuk produk makanan yang dapat dikonsumsi. Keberadaan produk-produk tersebut tidak lepas dari proses pengolahan terhadap bahan pangan sebagai sumber makanan yang akan diolah.

Pengolahan makanan merupakan proses merubah bahan pangan mentah menjadi olahan setengah jadi maupun produk siap saji yang dapat langsung dikonsumsi serta memiliki nilai gizi. Proses pengolahan perlu mempertimbangkan kualitas bahan pangan itu sendiri, sebab hal itu akan mempengaruhi hasil olahan produk itu

¹⁸<https://id.m.wikipedia.org/wikikedelai>.

sendiri. Selain itu konsep pengolahan perlu dipahami juga agar bahan pangan yang akan diolah kualitasnya tidak rusak dan kadar nutrisi yang terkandung di dalamnya tidak hilang.

Pengolahan makanan mencakup banyaknya bentuk proses makanan, mulai dari penggilingan biji-bijian hingga membuat tepung mentah hingga masakan rumah hingga metode industri kompleks yang digunakan untuk membuat makanan praktis.

b. Metode pengolahan pangan

1) Proses termal

Proses termal merupakan proses pengolahan menggunakan suhu tinggi menggunakan proses pemanasan dengan berbagai macam suhu dan waktu. Proses tersebut dapat dilakukan dalam sistem batch in-container sterilization atau sistem kontinyu aseptic processing. Tujuan utama dalam proses pengolahan menggunakan suhu tinggi tersebut yaitu agar memperpanjang daya simpan produk olahan pangan yang cepat rusak dan mampu meningkatkan keamanannya selama disimpan dalam jangka waktu yang ditentukan.

2) Proses non termal

Pemanfaatan metode non termal, bahan makanan yang diproses akan mengalami pemanasan pada suhu yang sangat tinggi

berkisaran diatas 130° C selama waktu tertentu, menyebabkan mikroorganisme patogen yang terkandung di dalamnya dapat dihilangkan atau diminimalisir.

3) Fermentasi

Fermentasi merupakan suatu proses energi dalam sel dengan keadaan tanpa oksigen. fermentasi adalah \suatu proses aktivitas enzim yang dihasilkan mikroorganisme akibat terjadinya perubahan kimia pada suatu substrat organik. Fermentasi dapat diartikan sebagai suatu proses pengolahan pangan dengan memanfaatkan mikroorganisme sebagai media tumbuh untuk menghasilkan parameter bentuk, rasa, aroma, warna dan tekstur pada produk pangan yang sesuai dengan produk yang diharapkan.

4) Kristalisasi

Kristalisasi adalah suatu proses pembentukan krista dari larutannya dan kristal yang dihasilkan dapat dipisahkan secara mekanik. Kristalisasi merupakan peristiwa pembentukan partikel-partikel zat padat dalam suatu homogen.

5) Pengawetan secara kimia

Pengawetan secara kimia yaitu pengawetan dengan cara menggunakan bahan-bahan kimia, seperti gula pasir, garam dapur, nitrat dan lain sebagainya.

6) Pengolahan pangan dengan suhu rendah

Pengolahan pangan dengan menggunakan suhu rendah yaitu pengolahan yang dilakukan dengan penyimpanan dibawah suhu normal (ruang) misalnya dengan proses pendinginan dan pembekuan.¹⁹

c. Indikator pengolahan pangan

Ada beberapa indicator pengolahan pangan yaitu:

1) Pemilihan bahan pangan

Pemilihan bahan pangan yang bagus dan berkualitas disini sangat penting bagi setiap industry dikarenakan setiap produk yang di hasilkan harus memiliki kualitas yang dapat memuaskan konsumen agar tetap membeli produk yang dibuat.

2) Penyimpanan bahan pangan

Tempat penyimpanan bahan pangan sangat penting untuk menjaga kualitas dan kesterilannya sebelum diolah.

3) Pengolahan bahan pangan

Dalam pengolahan bahan pangan disini yang pertama harus diperhatikan adalah pencucian bahan yang akan diolah, kemudian alat yang digunakan untuk memproduksi atau mengolahbahan

¹⁹ Eceng sobari, *Dasar-Dasar Proses pengolahan bahan pangan*, (cigadung subang : Polsub Press, 2019), hlm 4-53.

pangan yang bersih dan terjamin kesterilannya, kemudian proses pematangan yang sempurna pada bahan baku harus diperhatikan apabila suatu industry tersebut memproduksi makanan yang tidak memiliki daya tahan lama seperti tahu, tempe dan lain sebagainya.

4) Pengemasan

Pada saat pengemasan yang harus diperhatikan adalah ke higienisan kemasan yang akan digunakan agar terlihat bagus dan kualitas rasa tetap terjaga, sehingga konsumen tertarik dan tidak ragu untuk membeli produk yang diproduksi.

4. Minat Konsumen

a. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keadaan yang mana konsumen memiliki perhatian terhadap sesuatu dan juga disertai keinginan untuk mengetahui dan juga mempelajari ataupun membuktikan lebih jauh lagi apa yang mereka dapat dan apa yang mereka pelajari pada Industri Inaq Salmin.²⁰

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam menggunakan barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat bermitra atau membeli produk yang diperdagangkan.²¹

a) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

²⁰ Bimo walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, fakultas psikologi UGM: Yogyakarta, 1981, hlm.38.

²¹ Arif Adi Satria, Pengaruh Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36, *Jurnal manajemen dan star-up bisnis*, vol. 2 No. 1, April 2017, hlm. 47.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan maka seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja dan pilihan bermitra dengan siapa atau lembaga keuangan apa.
- Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas, benda dan seseorang.²²

b) Minat pembelian konsumen

Minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan

²² Nurfaisah, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai". (*Skripsi*), Fakultas Ekonomi Universitas negeri makassar, 2018.

dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.²³

Minat pembelian dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang menimbulkan suatu dorongan untuk membeli produk tertentu. Seseorang mempunyai keinginan untuk membeli akan menunjukkan perhatian dan rasa tertarik terhadap produk tersebut. Minat membeli ini akan diikuti dengan suatu tindakan berupa perilaku membeli. Minat beli konsumen juga merupakan inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli.²⁴

Berdasarkan uraian tersebut, maka minat pembelian merupakan perilaku seseorang terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan ingin membeli barang tersebut.

c) Tahap Minat Pembelian Konsumen

Terdapat suatu konsep dalam tahap-tahapan minat beli konsumen yaitu konsep AIDA diantaranya:

- 1) Perhatian merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasanya yang dibutuhkan calon pelanggan, dimana dalam tahap ini calon pelanggan mulai mempelajari produk/jasa yang ditawarkan.

²³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), Hlm. 12

²⁴ Joel massie, "Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha di Kota Manado" dalam *Cendikia*, (Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado), No.3 September 2014, Hlm. 146.

- 2) Ketertarikan minat calon pelanggan timbul setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengamati produk.
- 3) Keinginan calon pelanggan memikirkan serta berdiskusi yang menyebabkan keinginan dan hasrat untuk membeli produk yang ditawarkan.
- 4) Tindakan melakukan pengambilan keputusan yang pasif atau penawaran. Pada tahap ini calon pelanggan yang telah mengunjungi perusahaan akan mempunyai tingkat kemantapan akan membeli atau menggunakan suatu produk yang ditawarkan.²⁵

Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar atau ahli ekonomi menggunakan variable minat untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang. Minat beli masa mendatang sangat dipengaruhi oleh pengalaman konsumen yang berkaitan dengan harga, merek,

²⁵*Ibid,,*

promosi, iklan, rantai pasokan, kombinasi (mix) layanan, suasana, dan lokasi .²⁶

d) Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen

Faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang dan jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, sedangkan ketidakpuasan akan mengurangi minat beli konsumen.²⁷

Faktor-faktor yang membentuk minat beli konsumen menurut kotler bowen, dan makens, yaitu:

- 1) Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan memotivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
- 2) Situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah konsumen percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen tersebut dapat membuat lima sub keputusan pembelian sebagai berikut :

²⁶ Ali Hasan, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS, 2013, hlm.173.

²⁷ TH Susetyarsi, "Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skuter matik yamaha merek mio fino di kota semarang", *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 5 no 1, juni 2013, Hlm 40.

- a. Keputusan merek
 - b. Keputusan pemasok
 - c. Keputusan kuantitas
 - d. Keputusan waktu
 - e. Keputusan metode pembayaran
- e) Indikator Minat Beli

Adapun indikator minat beli :

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang dalam membeli produk.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk tersebut. Preferensi ini dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 4) Minat eksploratif, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi lain yang mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.²⁸

f) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut:

- 1) Faktor Kebudayaan

²⁸ Veronika, "Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen, Mediasi Kasus Calon Konsumen Shampoo Dove Di Pusat Perbelanjaan Gardena Departemen Store Dan Supermarket Yogyakarta", (*Skripsi*) Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016.

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen, pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, sub budaya, peranan dari faktor budaya.

2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

3) Faktor Pribadi

Keputusan membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh 4 faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.²⁹

Perpustakaan UIN Mataram

²⁹ Rumanita rohmawati, pengaruh kualitas produk dan harga, *equilibrium*, vol. 2, no. 2, juli 2014, hlm. 182.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya.³⁰

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: Metode Pengolahan Tempe Berpengaruh Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Di Industri Inaq Salmin.

Ho: Metode Pengolahan Tempe Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Tempe Di Industri Inaq Salmin



Perpustakaan UIN Mataram

³⁰Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm.66.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data maupun informasi yang valid dengan tujuan dapat dibuktikan kebenarannya dengan melakukan investigasi terhadap data yang telah dikumpulkan tersebut. Metode penelitian memberikan gambaran terhadap berbagai macam prosedur atau langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mendapatkan data atau suatu informasi yang kemudian diolah dan dianalisis.³¹

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif, yang dimana metode kuantitatif ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode konfirmatif, karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.³²

³¹I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan kebudayaan dan Keagamaan*, (Bandung : CV Nila Cakra, 2018), hlm 35-36.

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*,(Bandung : Alfabeta,CV, 2014), hlm. 35.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki objek/subjek itu. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang di lambangkan dengan huruf X.³³

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, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen tempe inaq salmin yang disimbolkan dengan huruf Y.³⁴

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel diambil dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang

³³*Ibid*, hlm 148

³⁴*Ibid*, hlm. 149.

atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dan situasi lapangan, maka teknik *nonprobability* yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui cocok sebagai sumber data. Pemilihan sampel ini dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami bahwa informasi yang didapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan peneliti. Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah konsumen yang membeli produk tempe di industri inaq salmin.

Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasar dari pendekatan Rao Purba sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Meo)^2}$$

Keterangan:

n = Besar sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam menentukan sampel

Moe = margin of error atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi

Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah, 95% atau $Z = 1,96$ (tabel distribusi normal) dan maka $(Moe)^2 = 0,1$ ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,4}$$

$$n = 96,04 \text{ responden atau } 96 \text{ konsumen}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel yang digunakan adalah 96 responden

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan.³⁵ Adapun variabel dalam penelitian ini adalah

- a. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen. Adapun yang menjadi variabel X dalam penelitian ini adalah pengaruh metode pengolahan tempe.
- b. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi. Dan adapun yang menjadi variabel Y dalam penelitian ini adalah minat konsumen untuk

³⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 90.

membeli produk tempe di industri inaq Salmin desa Bunut Baok Praya Lombok Tengah.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Instrumen digunakan untuk mengukur data kuantitatif yang akurat maka setiap instrumen harus mempunyai skala. Adapun peneliti menggunakan skalalikert dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang.³⁶

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup. Setiap butir pertanyaan disertai empat jawaban dengan menggunakan skor nilai dari setiap jawaban mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang berupa kata-kata antara lain:

1. SS/Sangat Setuju : 4
2. S/Setuju : 3
3. Tidak Setuju : 2
4. STS/Sangat Tidak Setuju : 1

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu prose yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua cara terpenting adalah proses-proses pengamatan dan proses ingatan. Teknik

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 134

pengumpulan data dengan observasi bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.³⁷

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden.³⁸

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperkuat penelitian dengan adanya dokumen-dokumen sebagai bukti bahwa hal tersebut memang pernah dan benar-benar terjadi sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi pemakainya.³⁹

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis

a. Data Kuantitatif

Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan proses data berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian terutama tentang apa yang sudah diteliti sebelumnya, penelitian kuantitatif bertujuan untuk menentukan

³⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, CV, 2014), hlm. 224.

³⁸*Ibid*, hlm. 230

³⁹*Ibid*, hlm. 234

hubungan antar variabel dalam sebuah populasi. Adapun tujuan penelitian kuantitatif yaitu mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

b. Data Kualitatif

Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme/interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud disini adalah dari mana data dan informasi tersebut didapatkan. Adapun sumber data yang dimaksud adalah:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.⁴⁰ Peneliti menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung tentang “Pengaruh metode pengolahan tempe

⁴⁰ Mohammad Nazhar, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Bhakti Indonesia, 2003), hal.26.

terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri inaq Salmin”.

Contohnya: Jumlah tempe yang dihasilkan industry Inaq Salmin dengan menggunakan 100kg kedelai adalah 1050 biji tempe.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.⁴¹ Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi, literatur dan website yang menunjang peneliti.

Contohnya: berdasarkan hasil penelitian tempe dengan penabahan papaya muda 2ons/100gram kedelai dapat meningkatkan kadar protein pada tempe.

Dengan dua macam sumber data di atas hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap dan menjelaskan bagaimana pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri inaq Salmin.

G. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat

⁴¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017). Hlm. 16.

ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Penguji menggunakan dua sisi dengan taraf signifikan 0.05 jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid.⁴²

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.⁴³

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual adalah perbedaan antara nilai observasi dengan nilai prediksi yang diperoleh dengan menggunakan model regresi estimasi. Untuk setiap kombinasi nilai predictor, diasumsikan distribusi residual adalah normal.

Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering

⁴²*Ibid*, hlm. 46.

⁴³*Ibid*, hlm. 47.

terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel.⁴⁴

b) Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.⁴⁵

Rumusan persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$\text{Rumus : } Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

2) Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (metode pengolahan) terhadap variabel dependen (minat konsumen). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji T dengan menggunakan SPSS.⁴⁶

3) Koefisien Determinasi

Fungsi dari uji koefisien determinasi yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.⁴⁷

⁴⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,(Yogyakarta: Pustaka Baru press, 2015), hlm. 112.

⁴⁵Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 261.

⁴⁶*Ibid*, hlm. 115.

⁴⁷*Ibid*, hlm. 116.

H. Sistem Pembahasan

Di Dalam penyusunan proposal skripsi peneliti melakukan pembahasan dengan sistem sebagai berikut:

Bagian awal dari proposal skripsi halaman sampul, halaman judul, halaman logo, persetujuan pembimbing, nota dinas pembimbing, pernyataan keaslian skripsi, pengesahan dewan penguji, halaman motto, halaman persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel dan abstrak. Selanjutnya dipaparkan pada bab-bab yang merupakan isi dari penelitian yaitu:

Pada bab I, berisi pendahuluan mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan setting penelitian, telaah pustaka, kajian teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada bab II berisikan kajian pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

Pada bab III berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, waktu dan tempat, variabel, desain, instrumen dan bahan penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Pada bab IV berisikan hasil penelitian dan pembahasan tentang penelitian.

Pada bab V merupakan bab akhir yang berisikan penutup, mencakup saran-saran dari penulis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi lokasi penelitian

a. Sejarah desa Bunut Baik

Nama Bunut Baik berasal dari bahasa setempat (sasak) dari kata bunut dan baik yang dalam bahasa Indonesia berarti (beringin jenggot). Konon pada zaman dahulu di desa tersebut terdapat pohon beringin yang memiliki akar panjang yang biasa mereka sebut sebagai jenggotnya. Kata-kata yang samar terdengar oleh orang lain adalah Bunut Baik. Pada zaman dulu, setiap orang yang berkunjung ke tempat tersebut sudah tidak asing lagi penglihatannya oleh sebuah pohon beringin yang hampir di sepanjang jalan mereka temui. Akhirnya sebutan Bunut Baik menjadi cikal bakal terbentuknya nama desa yang sekarang menjadi populer tersebut.

Desa Bunut Baik merupakan salah satu desa yang ada di wilayah Kecamatan Praya kabupaten Lombok Tengah. Desa Bunut Baik terbentuk pada tanggal 17 Maret 1969 berdasarkan surat keputusan bupati Lombok Tengah.

Awal pembentukan Desa Bunut Baik merupakan hasil musyawarah tokoh-tokoh penting/berpengaruh di desa tersebut pada tahun 1969. Sebelumnya desa Bunut Baik merupakan hasil pemekaran dari Kecamatan Praya. Seiring dengan terjadinya musyawarah dan

mufakat desa maka terpilihlah Mamiq Deboh sebagai kepala desa pertama yang berasal dari Marung dan menjabat selama kurang lebih 10 tahun. Selama Mamiq Deboh menjabat hingga Lalu Muzanni saat ini, begitu banyak perkembangan yang dialami mulai dari desa yang terbelakang hingga menjadi desa panutan untuk wilayah-wilayah lain di sekitar Lombok Tengah.⁴⁸

b. Letak geografis Desa Bunut Baik

Desa Bunut Baik merupakan salah satu desa yang ada di wilayah Kecamatan Praya kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang terletak antara 116°16'-116°17' bujur timur dan 08°40'-08°41' lintang selatan. Secara geografis wilayah Desa Bunut Baik terletak di bagian utara tengah wilayah Kecamatan Praya dengan luas wilayah 322.050 Ha / 3,2205 km, dengan batas-batas wilayah kependudukan sebagai berikut:

- Sebelah utara : Montong Terep
- Sebelah selatan : Tiwugalih
- Sebelah timur : Monggas
- Sebelah barat : Merak Tombok Dan Gerunung

Adapun jarak tempuh Desa Bunut Baik dari pusat pemerintah Kabupaten Lombok Tengah atau kota 5,00 km dan jarak dari pusat pemerintah provinsi 36km. Secara keseluruhan luas Desa Bunut Baik yaitu lahan sawah 581,13 Ha dan lahan kering 23,25 Ha dengan

⁴⁸ Sejarah dan latar belakang desa bunut baik, abdul hamid, kepala dusun abian tubuh", wawancara, 11 juli, thn. 2020

penggunaan terluas sampai saat ini adalah persawahan atau pertanian. Karena sumber daya alam di desa Bunut Baik meliputi yaitu: air, lahan, pertanian dan peternakan.

c. Keadaan Penduduk Masyarakat Desa Bunut Baik Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah

Secara keseluruhan jumlah penduduk desa Bunut Baik menurut data terakhir berjumlah 13.831 jiwa, yang terdiri dari jumlah laki-laki 6.911 jiwa dan perempuan sejumlah 6.920 jiwa. Jumlah tersebut tersebar luas di desa Bunut Baik yang terdiri dari 19 dusun dengan berbagai tingkat usia yang jumlah kepala keluarga (KK) sebanyak 3.360 KK.

Tabel 1
Jumlah penduduk desa Bunut Baik
Tahun 2019

Jumlah penduduk			
Jumlah	Jenis kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Jumlah penduduk tahun ini	6.911 jiwa	6.920 jiwa	
			13.831 jiwa

Tabel II
Jumlah kepala keluarga desa Bunut Baik
Tahun 2019

Jenis kelamin	Jumlah
Laki-laki	3.276
Perempuan	251
Total	3.627

Sumber data profil desa Bunut Baik 2019

d. Kondisi sosial ekonomi, budaya, dan politik.

Sebagian besar penduduk desa Bunut Baik memperoleh penghasilan dari bertani sebanyak 462 jiwa, buruh tani sebanyak 821 jiwa, 549 jiwa untuk usaha peternakan, 3 jiwa nelayan, 5 jiwa montir, 147 jiwa tukang batu, 110 jiwa tukang kayu, 5 jiwa tukang rias, 720 jiwa karyawan swasta dan pemerintah, 25 jiwa di sektor perdagangan, dan 463 jiwa di sektor jasa.

Desa Bunut Baik masih memiliki budaya yang kental, sebagian besar penduduknya keturunan bangsawan atau dalam bahasa sasak biasa disebut keturunan menak yang dimana setiap nama keturunan dari bangsawan selalu diawali dengan Lalu untuk laki-laki dan Baiq untuk perempuan. Tradisi sorong serah dan juga nyongkolan masih sangat tradisional, di acara nyongkolan yang di lakukan masih menggunakan gendang belek dan di desa tersebut masih memiliki kegiatan kebudayaan untuk para remaja di desa Bunut Baik tersebut.

Pemerintah desa Bunut Baik terdiri atas kepala desa dan perangkat desa. Kepala desa dipilih langsung oleh penduduk/warga setempat.

2. Tehnik analisis data

a. Uji instrument

1) Uji validitas data

Berikut ini merupakan uji kevalidasian kuesioner yang disebarakan dan diisi oleh sampel konsumen tempe inaq salmin di desa Bunut Baik yang berjumlah 96 orang / responden. Suatu dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Adapun jumlah pertanyaan / pernyataan sebanyak 15 item.

a) Uji validitas variable X

Item	Sig (2-tailed)	R _{hitung}	R _{tabel}	Valid
Variabel X				
P1	0,000	0,393	0.1986	Valid
P2	0,000	0,425	0.1986	Valid
P3	0,000	0,522	0.1986	Valid
P4	0,000	0,607	0.1986	Valid
P5	0,000	0,359	0.1986	Valid
P6	0,000	0,481	0.1986	Valid
P7	0,001	0,348	0.1986	Valid

Berdasarkan deskripsi frekuensi dapat didefinisikan tanggapan responden pada item-item variabel X (metode pengolahan tempe) sebagai berikut:

Tabel.1
Produk tempe inaq salmin memiliki rasa yang enak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	1	1.0	1.0	3.1
	S	33	34.4	34.4	37.5
	SS	60	62.5	62.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

1. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no. 1(X.1) yaitu, “produk tempe inaq salmin memiliki rasa yang enak” dari 60 responden 62,5% menjawab sangat setuju dan dari 33 responden 34,4% menjawab setuju, 2,1% menjawab sangat tidak setuju dan 1% menjawab tidak setuju. Artinya bahwa produk tempe inaq salmin memiliki rasa yang enak dan banyak konsumen yang meminatinya.

Tabel.2
Inaq salmin menyediakan tempe yang higienis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	43	44.8	44.8	44.8
	SS	53	55.2	55.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

2. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no. 2 (X.2) yaitu, “inaq salmin menyediakan tempe yang higienis” berdasarkan dari hasil tabel

perhitungan di atas rata-rata 55.2% responden menjawab sangat setuju dan 44,8% responden menjawab setuju. Artinya inaq salmin menyediakan tempe yang higienis, oleh sebab itu banyak konsumen yang membeli dan berlangganan produk tempe di inaq salmin.

Tabel.3
Produk tempe inaq salmin memiliki tampilan yang menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	2	2.1	2.1	4.2
	S	46	47.9	47.9	52.1
	SS	46	47.9	47.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

3. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no. 3 (X.3) yaitu, “produk tempe inaq salmin memiliki tampilan yang menarik” pada pertanyaan nomor 3 47,9% responden menjawab sangat setuju dan setuju dan 2,1% menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. Artinya produk tempe yang menarik entah itu dari kemasan atau bentuknya.

Tabel.4
Produk tempe inaq salmin memiliki daya tahan lama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	45	46.9	46.9	47.9
	SS	50	52.1	52.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

4. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no. 4 (X.4) yaitu, “produk tempe inaq salmin memiliki daya tahan lama” berdasarkan dari hasil

tabel perhitungan rata-rata 52,1% responden menjawab sangat setuju, 46,9% menjawab setuju dan 1% menjawab tidak setuju. Artinya produk tempe inaq salmin memiliki daya tahan yang lama.

Tabel.5

Alat produksi tempe yang digunakan masih tradisional tradisional

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	S	47	49.0	49.0	50.0
	SS	48	50.0	50.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

5. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no. 5 (X.5) yaitu, “ alat produksi tempe inaq salmin masih menggunakan tradisional” berdasarkan hasil tabel perhitungan rata-rata 50% responden menjawab sangat setuju, 49% menjawab setuju dan 1% menjawab sangat tidak setuju. Artinya cara mengolah tempe masih menggunakan tradisional.

Perpustakaan IAIN Mataram

Tabel.6

Produk tempe inaq salmin menggunakan kemasan yang bagus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.2	6.2	6.2
	S	50	52.1	52.1	58.3
	SS	40	41.7	41.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

6. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no.6 (X.6) yaitu, “produk tempe inaq salmin menggunakan kemasan yang bagus” berdasarkan hasil perhitungan rata-rata 52,1% responden menjawab setuju, 41,7%

menjawab sangat tidak setuju dan 6,2% menjawab tidak setuju. Artinya kemasan yang digunakan bagus, sehingga konsumen tidak ragu dan tidak takut membeli produk tempe inaq salmin.

Tabel.7

Bahan baku tempe inaq salmin menggunakan kedelai yang bagus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	50	52.1	52.1	52.1
	SS	46	47.9	47.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

7. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no.7 yaitu, “bahan tempe inaq salmin menggunakan kedelai yang bagus” berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 52,1% responden menjawab setuju dan 47,9% menjawab sangat setuju. Artinya produk tempe inaq salmin menggunakan bahan baku kedelai yang bagus yang membuat kualitas tempe menjadi bagus dan memiliki daya tahan lama.

b) Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Sig (2-tailed)	R _{hitung}	R _{tabel}	Valid
Variabel Y				
P1	0,000	0, 419	0.1986	Valid
P2	0, 000	0, 600	0.1986	Valid
P3	0, 000	0, 553	0.1986	Valid
P4	0, 000	0, 581	0.1986	Valid
P5	0, 000	0, 366	0.1986	Valid

P6	0,000	0,437	0.1986	Valid
P7	0,002	0,319	0.1986	Valid
P8	0,030	0,221	0.1986	Valid

Adapun berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pernyataan sebanyak 15 item yang diisi oleh sampel dari konsumen tempe Inaq Salmin di desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah dinyatakan valid. Dimana di setiap indicator pernyataan dari variabel X dan variabel Y adalah valid. Hal ini diketahui karena memiliki nilai signifikansi (Sig. 2 tailed) rata-rata 0,05 atau dapat pula dilihat dari R hitung. Jika nilai R hitung lebih besar dari r tabel maka seluruh item pernyataan dari kuesioner tersebut dinyatakan valid sesuai data yang diolah dan dapat dilihat di tabel diatas $R_{hitung} > R_{tabel}$.

Berdasarkan deskripsi frekuensi dapat didefinisikan tanggapan responden pada item-item variabel Y (minat konsumen) sebagai berikut:

Tabel 8

Saya sangat tertarik untuk membeli produk tempe inaq salmin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	37	38.5	38.5	39.6
	SS	58	60.4	60.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

1. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no.1 variabel Y (Y.1) yaitu, “saya sangat tertarik untuk membeli produk tempe inaq salmin” berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 60,4% responden menjawab sangat setuju, 38,5% menjawab setuju dan 1% menjawab tidak setuju. Artinya banyak konsumen yang meminati produk tempe inaq salmin.

Tabel 9

Saya memilih berbelanja di industry inaq salmin karena pelayanannya ramah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	7	7.3	7.3	8.3
	S	40	41.7	41.7	50.0
	SS	48	50.0	50.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

2. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no.2 (Y.2) yaitu, “saya memilih berbelanja di industri inaq salmin karena pelayanannya ramah” berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 50% responden menjawab sangat setuju, 41,7% menjawab setuju, 7,3% menjawab tidak setuju dan 1% menjawab sangat tidak setuju. Artinya pelanggan atau konsumen puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh inaq salmin.

Tabel 10

Saya senang dan puas berbelanja di industry inaq salmin karena pelayanannya cepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Val	TS	12	12.5	12.5	12.5
id	S	43	44.8	44.8	57.3
	SS	41	42.7	42.7	100.0

Tabel 10
Saya senang dan puas berbelanja di industry inaq salmin karena pelayanannya cepat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Val TS	12	12.5	12.5	12.5
id S	43	44.8	44.8	57.3
SS	41	42.7	42.7	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

3. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no.3 (Y.3) yaitu, “saya sangat senang dan puas berbelanja di industri inaq salmin karena pelayanannya yang cepat” berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 44,8% responden menjawab setuju, 42,7% menjawab sangat setuju dan 12,5% menjawab tidak setuju. Artinya pelayanan yang dilakukan inaq salmin dapat memuaskan pelanggan atau konsumen dalam berbelanja.

Tabel 11
Saya memiliki keinginan memprioritaskan produk tempe inaq salmin untuk di konsumsi setiap hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	24	25.0	25.0	25.0
S	35	36.5	36.5	61.5
SS	37	38.5	38.5	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

4. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no. 4 (Y.4) yaitu, “saya memiliki keinginan memprioritaskan produk tempe inaq salmin untuk di konsumsi setiap hari” berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 38,5% responden menjawab sangat setuju, 36,5% menjawab setuju dan 25% menjawab tidak setuju. Artinya walaupun banyak konsumen yang menyetujuinya akan tetapi banyak pula yang tidak menyetujui.

Tabel 12

Saya akan merekomendasikan produk tempe inaq salmin keorang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.1	3.1	3.1
	S	53	55.2	55.2	58.3
	SS	40	41.7	41.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

5. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no. 5 (Y.5) yaitu, “saya akan merekomendasikan produk tempe inaq salmin keorang lain” berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 55,2% responden menjawab setuju, kemudian 41,7% menjawab sangat setuju dan 3,1% menjawab tidak setuju. Artinya banyak konsumen yang ingin merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk tempe inaq salmin.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T M
Tabel 13

Saya sangat senang membeli produk tempe inaq salmin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.1	3.1	3.1
	S	44	45.8	45.8	49.0
	SS	49	51.0	51.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

6. Tanggapan responden terhadap pertanyaan no.6 (Y.6) yaitu, “saya sangat senang membeli produk tempe inaq salmin” berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 51% responden menjawab sangat setuju, kemudian 45,8% menjawab setuju, dan 3,1% menjawab tidak setuju. Artinya konsumen inaq salmin sangat puas terhadap produk tempe inaq salmin.

Tabel 14

Saya ingin membeli produk tempe inaq salmin karena kualitasnya yang bagus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.1	3.1	3.1
	S	52	54.2	54.2	57.3
	SS	41	42.7	42.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

7. tanggapan responden terhadap pertanyaan no.7 (Y.7) yaitu, “saya ingin membeli tempe inaq salmin karena kualitasnya yang bagus”. Berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 54,2% responden menjawab setuju, kemudian 42,7% menjawab sangat setuju dan 3,1% menjawab tidak setuju. Artinya konsumen sangat meminati produk tempe inaq salmin karena memiliki kualitas dan rasa yang enak.

Tabel 15

Saya ingin membeli produk tempe inaq salmin karena rasanya yang enak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.1	2.1	2.1
	S	57	59.4	59.4	61.5
	SS	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

8. Tanggapan produsen terhadap pertanyaan no.8 (Y.8) yaitu, “saya ingin membeli produk tempe inaq salmin karena rasa yang enak”. Berdasarkan hasil dari tabel perhitungan rata-rata 59,4% responden menjawab setuju, 38,5% menjawab sangat setuju dan 2,1% menjawab tidak setuju. Artinya produk tempe inaq salmin memiliki rasa yang enak sehingga banyak konsumen yang meminatinya.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan dalam kuesioner konsistensi atau tidak. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan kepada kuesioner (angket) yang telah diisi 96 responden.

Berikut merupakan uji reliabilitas untuk seluruh item pernyataan kuesioner.

Reliability Statistics X	
Cronbach's Alpha	N of Items
.606	7

Reliability Statistics Y	
Cronbach's Alpha	N of Items
.636	8

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki alpha cronbach lebih dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel x dan y reliabel.

b. Uji asumsi klasik

1) Uji normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Apakah variabel

independen dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model distribusi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52537050
Most Differences	Extreme Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.034
Kolmogorov-Smirnov Z		.545
Asymp. Sig. (2-tailed)		.928

c. Analisis regresi sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.975	2.940		6.795	.000
	metode pengolahan tempe	.291	.120	.242	2.421	.017

a. Dependent Variable: minat masyarakat

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana diatas diperoleh koefisien variabel bebas $X=0.291$ dan konstanta sebesar 19.975 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah

$$Y = a + b x$$

$$Y = 19.975 + 0.291 X$$

Dimana

X= variabel bebas atau independent (metode pengolahhan tempe)

Y= variabel terikat atau dependent (minat konsumen)

Nilai konstanta Y sebesar 19.975, koefisien regresi X minat konsumen dan perhitungan linear sederhana didapat koefisien $b= 0.291$

d. Uji hipotesis

1) Uji T

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) secara parsial diperlukan uji hipotesis atau uji parsial (uji t). dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan alat bantu oleh data statistic SPSS versi 16.0 dengan ketentuan jika nilai t hitung $>$ t tabel maka hipotesis dapat diterima dan sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka hipotesis ditolak . Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut

**Tabel
Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.975	2.940		6.795	.000
metode pengolahan tempe	.291	.120	.242	2.421	.017

a. Dependent Variable: minat

masyarakat

Hasil dari data di atas dapat dikatakan bahwa hasil pengaruh metode pengolahan tempe menunjukkan nilai t hitung 2.421 dan nilai signifikansi sebesar 0.017 . berarti nilai signifikansi berada dibawah 0.05 , artinya bahwa ada pengaruh antara variabel metode

pengolahan tempe (X) terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe (Y) di Desa Bunut Baik. Atau dengan kata lain H_a diterima, dimana H_a berbunyi “ Terdapat pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq Salmin”. Dan sebaliknya H_o ditolak dimana H_o berbunyi “Tidak Terdapat pengaruh Terdapat pengaruhh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq Salmin

2) Uji determinasi (R square)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan alat ukur statistic SPSS 16.0 didapat nilai koefisien determinasi sebagai berikut.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.242 ^a	.059	.049	2.539

a. Predictors: (Constant), metode pengolahan tempe

Sebagaimana telah di deskripsikan dalam tabel statistic model summary diketahui nilai korelasi / hubungan (R^2) sebesar 0.242 dan output tersebut diperoleh koefisien determinasi 0.059 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh metode pengolahan tempe

terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq Salmin sebesar 5.9 % dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa angka dan menganalisisnya menggunakan statistic. Data yang dihasilkan dianalisis menggunakan software SPSS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salmin. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan angket sebanyak 96 responden, penyebaran angket dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala likert 4. Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen yang dimana dalam penelitian ini yang termasuk variabel independennya adalah metode pengolahan tempe, kemudian yang menjadi variabel dependennya adalah minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salamin.

Dalam teori menurut J. Stanton bahwa produk adalah sekelompok nyata dan tidak nyata, di dalamnya termasuk kemasan, harga, warna, mutu dan merek. Dan sesuai dengan temuan dilapangan bahwa didalam industri inaq Salmin produk tempe yang dihasilkan memiliki daya tahan yang lama karena bahan yang digunakan sangat bagus sehingga para konsumen banyak yang ingin membeli bahkan banyak yang berlanggan dengan tempe yang di buat oleh inaq Salmin. Disamping menggunakan bahan yang masih segar dan

bagus pembuatan produk tempe yang dilakukan masih sangat tradisional dan bahan yang berkualitas. Disamping itu juga produk tempe inaq Salmin memiliki rasa yang enak dan gurih sehingga banyak yang suka dengan produk tempe Inaq Salmin memiliki ciri khas tersendiri dan cita rasa yang berbeda.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa semua item 7 pertanyaan untuk variabel (X) adalah valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dapat diketahui masing-masing variabel memiliki crobach alpha lebih besar dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), yaitu 0.606 dan 0.636 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y dinyatakan reliable. Kemudian dalam uji koefisien regresi sederhana menunjukkan bahwa metode pengolahan tempe berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salmin dengan nilai signifikan yaitu 0.017 atau 1,7%, artinya bahwa nilai signifikannya lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau 5%.

Sedangkan dalam perhitungan analisis determinasi bahwa didapatkan besar pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salmin yaitu sebesar 5.9%. dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang terdapat pada kolom model *summary* pada R square.

Dari hasil penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa metode pengolahan tempe berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salmin yaitu sebesar 5.9% atau kata lain H_0 diterima, dimana H_0 berbunyi “ada pengaruh metode pengolahan tempe

terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salmin”. Dan sebaliknya Ho ditolak dimana Ho berbunyi “ tidak ada pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry inaq salmin “.

Adanya pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industry Inaq Salmin. Membuktikan bahwa dengan adanya metode yang berbeda dari yang lain dan bahan yang digunakan lebih segar dan bagus maka kualitas produk tempe Inaq Salmin memiliki daya tahan yang sangat lama dan memiliki rasa yang enak dan gurih maka banyak konsumen yang membeli tempe inaq Salmin.

Dengan demikian, metode pengolahan tempe yang baik dan dari bahan yang bagus akan memiliki pengaruh yang sangat penting dalam penjualan tempe terhadap konsumen. Karena konsumen akan membeli suatu produk apabila barang yang dibeli memiliki nilai berharga dan kepuasan atas barang yang dibeli.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana nilai bahwa metode pengolahan tempe berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri Inaq Salmin desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah dengan besar pengaruh 5,9 %.

Berdasarkan uraian pada bab-bab tersebut, maka akan dicapai bahwa metode pengolahan tempe berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri Inaq Salmin desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian koefisien regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa tingkat signifikan yaitu 0.017 atau 1,7%, artinya bahwa nilai signifikannya lebih kecil dari 0.05 atau 5%. Jadi dapat dikatakan bahwa metode pengolahan tempe (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli produk tempe di industri Inaq Salmin desa Bunut Baik Praya Lombok Tengah(Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi lokasi penelitian : untuk Inaq Salmin diharapkan tetap mempertahankan rasa, memperhatikan kehygienisan, ketahanan produk tempe yang produksi untuk mempertahankan minat beli konsumen.

2. Bagi kampus diharapkan untuk memberikan sosialisasi kepada industri-industri kecil tentang kewirausahaan agar industry yang dijalankan tetap lancar.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang mungkin ingin meneliti tentang pengaruh metode pengolahan tempe terhadap minat beli konsumen dapat menjadikan hasil penelitian ini menjadi referensi atau sumber informasi tambahan sehingga dapat menyempurnakan kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Citra Restu Wardani, “Analisis Usaha Pembuatan tempe Kedelai Di Kabupaten Purworejo”, *Skripsi*, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008
- Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017
- I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan kebudayaan dan Keagamaan*, Bandung : CV Nila Cakra, 2018.
- Joel massie, “Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha di Kota Manado” dalam *Cendikia*, Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado, No.3 September 2014.
- Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam islam*, Permatanet, 2015.
- Lisa Palopo, “Strategi Pemasaran Usaha Tempe Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sukamaju”, *Skripsi*, FEBI IAIN, Palopo, 2019.
- Mabruroh, *Membangun Kepuasan Konsumen Dan Akses Loyalitas “. Benefit*. Vol.7 No 2. Desember 2003.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip pemasaran*, Jilid I, Edisi ketiga, Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 1997.
- Siti Rohani, “Analisis Potensi UMKM Tahu dan Tempe Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam, *Skripsi* FEBI UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Sofyan Assauri, “*Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan strategi*”, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung : Alfabeta, CV, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.

Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, Jakarta: Kencana, 2017.

Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru press, 2015.

Wawancara dengan inaq salmin, Tanggal 25 Oktober 2020.

Wulandari “ Analisis Pemasaran Tahu Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo”.*Skripsi*, Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008.



Perpustakaan UIN Mataram