

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* TERHADAP MINAT BELI DENGAN
HALAL AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI “AAK RAMEN YUK”**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir Departemen Manajemen FEB UNP
sebagai syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)*



Disusun oleh :

DESI NOFRIDA

19059010

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* TERHADAP MINAT BELI DENGAN
HALAL AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI "AAK RAMEN YUK"

Nama : Desi Nofrida
Nim/BP : 19059010/2019
Jenjang Program : Strata 1 (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 9 Oktober 2023

Disetujui oleh,
Kepala Departemen Manajemen

Mengetahui,
Pembimbing



Dr. Syahrizal, SE., M.Si
NIP. 19720902 199802 1 001



Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak
NIP. 19741125 200501 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* TERHADAP MINAT BELI DENGAN
HALAL AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI "AAK RAMEN YUK"

Nama : Desi Nofrida
Nim/BP : 19059010/2019
Jenjang Program : Strata 1 (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

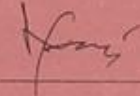
Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji
Departemen Manajemen (SI)
Universitas Negeri Padang

Padang, 9 Oktober 2023


Tim Penguji

Tanda Tangan

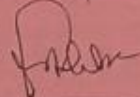
1. Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak

1. 

2. Husnil Khatimah, S.E., BBA.HONS, Ph.D

2. 

3. Gesit Thabrani, SE, MT

3. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desi Nofrida
Nim/BP : 19059010/2019
Tempat/Tgl Lahir : Sungai Jaring, 4 November 2000
Jenjang Program : Strata 1 (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Parit Rantang Hilir Jorong III Sangkir, Lubuk Basung
Hp/Telp : 085255863441
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* Terhadap Minat Beli Dengan *Halal Awareness* Sebagai Variabel Intervening di “Aak Ramen Yuk”

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan pencantuman daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua departemen.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Padang, 9 Oktober 2023



Desi Nofrida
Desi Nofrida
NIM. 19059010

ABSTRAK

Desi Nofrida : Pengaruh *Product Quality* Terhadap Minat
(2019/19059010) **Beli Dengan *Halal Awareness* Sebagai
Variabel Intervening di “Aak Ramen Yuk”**

Dosen Pembimbing : **Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh Pengaruh *Product Quality* Terhadap Minat Beli Dengan *Halal Awareness* Sebagai Variabel Intervening di “Aak Ramen Yuk”. Populasi dalam penelitian yaitu masyarakat Lubuk Basung, Kabupaten Agam dengan penentuan sampel dengan *purposive sampling* yaitu berjumlah 200 responden. Teknik analisis kuantitatif dengan bantuan software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20 berupa analisis jalur (path analysis) dan uji sobel (sobel test) sebagai uji mediasi.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan pengaruh langsung *product quality* terhadap minat beli, *product quality* terhadap *halal awareness* dan *halal awareness* terhadap minat beli. Adanya pengaruh tidak langsung *product quality* terhadap minat beli melalui *halal awareness* dari hasil uji sobel.

Kata kunci : *Product Quality, Halal Awareness* dan Minat Beli

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat kesehatan dan rahmatNya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Product Quality* Terhadap Minat Beli Dengan *Halal Awareness* Sebagai Variabel Intervening di Aak Ramen Yuk”**. Sholawat beriringan salam penulis ucapkan buat junjungan kita yakni Nabi Besar Muhammad Sallallahu ‘Alaihi Wassalam yang telah membawa kita dari zaman kegelapan ke zaman yang penuh dengan pengetahuan seperti yang dapat kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak selaku pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Husnil Khatimah, S.E., BBA.HONS, Ph.D selaku penguji I dan bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku penguji II yang memberikan saran, kritikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.M, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr. Syahrizal, SE, M.Si selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan segala arahan dan bimbingan kepada penulis selama menjalani perkuliahan, sehingga penulis sampai pada tahap ini.
6. Teristimewa sekali kepada orang tua tercinta Ibu Yurnalis yang telah memberikan perhatian dan dukungan moril, do'a, materil dan juga kasih sayang yang tak ternilai harganya. Kemudian juga kepada keluarga besar

yang selalu memberikan semangat tiada tara kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman se Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Tahun 2019 serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan dibalas oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala sebaik-baiknya Maha Pembalas. Penulis menyadari hasil penelitian ini masih banyak kurangnya. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan penulisan laporan penelitian penulis di masa yang akan datang.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini berguna bagi semua pihak, atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Padang, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI	IV
DAFTAR TABEL	VI
DAFTAR GAMBAR	VII
DAFTAR LAMPIRAN	VIII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH.....	8
C. BATASAN MASALAH.....	9
D. RUMUSAN MASALAH.....	9
E. TUJUAN PENELITIAN	9
F. MANFAAT PENELITIAN.....	10
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	11
A. KAJIAN TEORI	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Minat Beli.....	14
3. Product Quality (Kualitas Produk)	16
4. Halal Awareness (Kesadaran Halal).....	21
B. PENELITIAN TERDAHULU	24
C. KERANGKA KONSEPTUAL	27
D. HIPOTESIS	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. JENIS PENELITIAN.....	29
B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	29
C. POPULASI DAN SAMPEL.....	29
D. JENIS DAN SUMBER DATA	31
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	32
F. VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	32

G. INSTRUMEN PENELITIAN	36
H. UJI INSTRUMEN PENELITIAN	36
I. TEKNIS ANALISIS DATA	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	45
1. Sejarah dan Profil Aak Ramen Yuk	45
B. HASIL PENELITIAN	46
1. Deskripsi Responden	47
2. Deskripsi Variabel Penelitian	49
C. ANALISIS DATA.....	53
1. Uji Asumsi Klasik	53
2. Hasil Uji Path Analysis	55
D. PEMBAHASAN.....	61
1. Pengaruh Langsung Product Quality Terhadap Minat Beli	62
2. Pengaruh Langsung Product Quality Terhadap Halal Awareness	63
3. Pengaruh Langsung Halal Awareness Terhadap Minat Beli.....	64
4. Pengaruh Tidak Langsung Product Quality Terhadap Minat Beli Melalui Halal Awareness	65
BAB V PENUTUP	67
A. KESIMPULAN.....	67
B. SARAN.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penduduk Kecamatan Lubuk Basung Berdasarkan Agama.....	2
Tabel 1.2 Bahan Produksi Yang digunakan.....	5
Tabel 1.3 Data Pengunjung Aak Ramen Yuk.....	6
Tabel 1.4 Data Pendapatan Desember-Januari 2023.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator	34
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Variabel.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas	38
Tabel 3.5 Kriteria Tingkat Capaian Responden.....	40
Tabel 4.1 Prosedur Penyebaran Kuesioner	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)	50
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel Product Quality (X).....	51
Tabel 4.8 Deskripsi Frekuensi Variabel Halal Awareness (Z).....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas	54
Tabel 4.11 Hasil Analisis Variabel X Terhadap Variabel Z	56
Tabel 4.12 Hasil Analisis Variabel X dan Z Terhadap Variabel Y.....	57
Tabel 4.13 Uji Mediasi Antar Variabel.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Model Analisis Jalur Pengaruh Langsung.....	59
Gambar 4.2 Model Analisis Jalur Pengaruh Tidak Langsung.....	59
Gambar 4.3 Model Mediator.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Uji Coba Penelitian.....	73
Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Coba Instrumen	77
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen.....	78
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian.....	86
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel.....	92
Lampiran 7 Uji Normalitas dan Linearitas.....	95
Lampiran 8 Deskripsi Variabel.....	97
Lampiran 9 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	104
Lampiran 10 Uji Mediasi.....	106
Lampiran 11 Uji Sobel Test.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zaman terus berkembang baik dari teknologi ,budaya bahkan dari segi kuliner yang berada dibawah pengaruh globalisasi. Pengaruh globalisasi masuk dengan cepat hingga memasuki dunia bisnis. Bisnis harus lebih peka terhadap isu-isu yang beredar saat ini. Banyak sekali persaingan di dunia bisnis saat ini yang mengharuskan pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif. Salah satunya yaitu bisnis di bidang makanan dan minuman yang mana harus senantiasa diperhatikan agar bisnis berjalan dengan baik kedepannya. Bisnis kuliner ini kian menjamur sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan dalam membeli.

Pelaku bisnis harus melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis. Tak hanya bersaing dengan produk lokal namun juga bersaing dengan produk luar. Jika produk lokal saja masih diperhatikan kualitas produknya apalagi dengan produk luar yang harus melalui tahap-tahapan agar bisa diterima bagi konsumen dalam negeri. Setiap produk yang akan di edarkan hendaknya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen di lingkungan tersebut. Jika di lingkungan tersebut mayoritas Islam, maka produk yang diedarkan harusnya sesuai dengan standar konsumennya.

Didalam agama Islam halal bukan pilihan namun keharusan yang diwajibkan bagi setiap umatnya dengan berpedoman kepada ketentuan syariat yang ada. Begitu juga jika dilihat dari masyarakat minangkabau juga

memperhatikan hal yang berbaur halal dimana tonggak di minangkabau itu sendiri dirujuk dalam Adat Basandi Syara' Syara' Basandi Kitabullah. Ini berarti bahwa masyarakat sangat menjunjung tinggi adat dan juga berlandaskan kepada Kitabullah (agama). Di Sumatera Barat itu sendiri lebih didominasi oleh masyarakat muslim dengan jumlah penduduk 5,6 juta jiwa dan 5,46 juta jiwa (97,6%) mayoritas Islam (Kusnanda, 2021). Sedangkan penduduk kabupaten Agam 99,2% dengan jumlah 520, 847 agama Islam.

Data jumlah penduduk kecamatan Lubuk Basung menurut agama dapat dijabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 1.1 Data Penduduk Kecamatan Lubuk Basung Berdasarkan Agama

Nagari	Agama				
	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Lainnya
Manggopoh	22.785	157			
Garagahan	7.918				
Kampung Tengah	7.292				
Kampung Pinang	4.287				
Lubuk Basung	40.037	163	31	5	
Jumlah	82.319	323	31	5	-

Sumber : Dinas Kependudukan Sipil Kabupaten Agam, 2020

Penduduk di kecamatan Lubuk Basung didominasi oleh agama Islam berjumlah 82. 319 jiwa yang terdiri dari berbagai kenagarian. Disamping itu agama lainnya seperti Protestan 323 jiwa, Katolik 31 jiwa dan agama Hindu 5 jiwa. Maka hal ini pentingnya produk yang halal dan thayyib yang dimuat dalam QS Al-baqarah ayat 168 yang berbunyi :

Artinya: "Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata."

Perkembangan global yang semakin meningkat dengan kehidupan yang dipengaruhi oleh kebudayaan dari luar sehingga dapat mengubah perilaku (Faisal et al., 2022) seperti adanya *korean wave* yang merupakan budaya dari Korea dan budaya Jepang juga tak kalah populernya dikalangan masyarakat di Indonesia sendiri yang dipengaruhi lewat bahasa, gaya hidup, makanan dan lain sebagainya (Widayati & Padllyanto, 2022). Restoran Jepang merupakan salah satu dampak dari globalisasi yang merambah pesat di berbagai kalangan dan yang paling banyak disukai oleh kalangan muda yang mana dinilai dengan penyajian yang berbeda dan unik (Novianti et al., 2021) sehingga makanan Jepang ini bukanlah suatu hal yang asing lagi ditelinga masyarakat yang mana juga sudah disesuaikan dengan lidah orang Indonesia (Akhyar & Pramesti, 2019).

Untuk menghindari keragu-raguan apa yang akan dikonsumsi harusnya ada jaminan produk dengan adanya label halal. Isu media yang menggiring opini terhadap makanan yang *syubhat* (meragukan). Pada dasarnya makanan Jepang terdiri dari sayuran dan ikan laut yang sebenarnya halal. Namun bukan berarti secara keseluruhan menjadi halal. Makanan Jepang yang biasa menggunakan bahan dari alkohol (*sake* atau *mirin*) yang termasuk ke dalam kategori *khamr* (haram). Tak hanya itu penggunaan daging dalam masakan Jepang harus diganti dengan bahan-bahan lokal yang untuk bisa dinikmati bagi konsumen muslim (LPPOM.Mui, 2022)

Pada 31 Desember 2021 salah seorang wanita muslim makan di restoran Jepang yang diawali dengan kecurigaan dengan rasa jamur seperti di

fermentasi. Kemudian menanyakan ke salah satu chef restoran bahwa jamur tersebut mengandung *sake* yang ternyata banyak makanan yang tidak halal (Pikiranrakyat.com, 2022). Kejadian serupa juga terjadi kepada salah satu aktor dan model tanah air yaitu Adrian Maulana juga menyatakan dalam postingan Instagramnya bahwa salah satu restoran Jepang di Jakarta agar tidak memesan sushi karena sushinya menggunakan *sake* dan *soyu* yang mengandung alkohol dan belum memperoleh sertifikat halal (Detikfood.com, 2022). Hal ini yang perlu diperhatikan bagi konsumen yang ingin mengkonsumsi makanan asing harus hati-hati serta jelas produk tersebut halal dan *thayyib*.

Minat beli konsumen bagian dari perilaku konsumsi yang mana menitik beratkan proses dalam memilih barang yang akan dibeli sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu kualitas produk yang mana produk yang berkualitas sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pasar.

Aak Ramen Yuk merupakan *Japanese food restaurant* pertama yang ada di kecamatan Lubuk Basung yang mana baru launching pada 23 Desember 2022 dengan menu yang beragam mulai dari ramen, sushi, gyoza, donburi, dan topping- topping yang lengkap. *Japanese food restaurant* yang beroperasi lebih kurang 2 bulan ini, namun sudah memperoleh rating yang tinggi dan juga bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembentukan produk yang mana terdiri dari bahan baku dan bahan penolong. Adapun bahan baku dan bahan penolong yang digunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.3 Bahan Produksi yang digunakan

Bahan Baku	Bahan penolong
Tepung gandum	Wasabi
Beras	Saus tomat
Ayam	Saus sambal
Telur	Nori
Saus Kikkoman	Sayuran
Minyak	Kecap soyu

Sumber : hasil wawancara diolah peneliti (2023)

Hal ini yang menjadikan peneliti memilih Aak Ramen Yuk sebagai objek penelitian. Sampai saat ini Aak Ramen Yuk belum memperoleh sertifikat halal atau belum mengurus mengenai kelegalan produknya untuk ditawarkan kepada konsumen. Aak Ramen Yuk ini menggunakan bahan-bahan lokal yang disesuaikan dengan citra rasa lokal serta menggunakan bahan pendamping seperti *Soyu* yang merupakan kecap asin yang di impor langsung dari Jepang. Makanan dinyatakan *thayyib* bukan hanya berkaitan dengan bahan-bahan yang digunakan saja namun seluruh operasional perusahaan yang merupakan hal yang sangat penting.

Munculnya keinginan untuk memiliki suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh faktor kualitas produk. Bahwasanya kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen (Pandey et al., 2021) (Iskandar et al., 2015) dilihat dari produk yang dihasilkan serta bahan-bahan yang digunakan dalam operasional, namun berbeda dengan (Aziz & Chok, 2013) tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli yang mana hal ini menyatakan bahwa produk yang berkualitas akan memiliki minat beli yang baik juga.

Aak Ramen Yuk ini diminati oleh berbagai kalangan masyarakat di Kecamatan Lubuk Basung dilihat dari usia dan pekerjaan. Yang mana didominasi oleh kalangan muda seperti pelajar dan mahasiswa yang cenderung mengutamakan trend luar yang dapat mengubah gaya hidup. Dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1.4 Data Pengunjung Aak Ramen Yuk Berdasarkan Usia

Usia	Presentase (%)
< 15 Tahun	5%
15-24	55%
25-34	20%
35-44	10%
45-54	5%
> 55 Tahun	5%
Jumlah	100%

Sumber : Hasil wawancara diolah oleh peneliti (2023)

Usia pengunjung Aak Ramen Yuk didominasi dari usia 15 sampai 24 tahun yang kebanyakan dari remaja dan juga pelajar yang merupakan usia yang ingin tampil beda hingga cenderung mengikuti trend. Sedangkan pengunjung Aak Ramen Yuk kedua didominasi dari usia 25 sampai 34 tahun. Usia 35-44 tahun lebih unggul 5% dibandingkan dengan usia < 15 tahun, 45 tahun sampai 54 tahun hingga usia > 55 tahun yang lebih mengkonsumsi makanan yang sehat dan disajikan di rumah.

Hal ini juga dapat dilihat dari profit yang diraih Aak Ramen yuk selama operasional 2 bulan terakhir yang mengalami peningkatan profit. Seperti tabel berikut :

Tabel 1.5 Data Pendapatan Desember-Juli 2023

Bulan/Tahun	Profit
23 Desember 2022	10.560.000
Januari 2023	24.342.000
Februari	24.675.000
Maret	24.000.000
April	23.034.000
Mei	20.230.000
Juni	18.785.000
Juli	20.340.000

Sumber : hasil wawancara diolah oleh peneliti (2023)

Omset penjualan yang awalnya dengan omset Rp 10.560.000 dan omset yang paling tinggi di bulan maret sebesar Rp 24.675.000. Omset bulan ke bulan mengalami fluktuasi yang mana omset terendah di bulan Juni yaitu sebesar Rp 18.785.000. Omset yang mengalami fluktuasi hendaknya Aak Ramen Yuk mengevaluasi dan meningkatkan strategi agar pendapatan mencapai profit yang hendaknya signifikan.

Maka hal ini perlu menjadi perhatian owner dan juga konsumen. Aak Ramen Yuk ini perlu memperhatikan kualitas produknya dengan penggunaan bahan-bahan yang halal dan thayyib yang mana berada di dalam lingkup masyarakat mayoritas muslim. Trend makanan Jepang ini banyak sekali digemari oleh konsumen selain dengan rasa yang unik.

Selain berfokus kepada kualitas produk dengan memastikan produk halal dan thayyib. Maka perlunya kesadaran halal yang menjadi faktor penunjang dalam memilih produk yang akan dibeli. Makanan yang ditawarkan juga bukan merupakan makanan daerah asal yaitu makanan asing dari negeri Sakura, Jepang yang ada di Lubuk Basung Kabupaten Agam, Sumatera barat yang sangat kental dengan adat istiadat dan menjunjung tinggi agama (Bashir,

2019) (Monoarfa et al., 2023) . Sebagaimana agama yang mendominasi yaitu agama Islam dengan produk terjamin sehingga memunculkan minat beli konsumen dengan kesadaran akan halal bagi konsumen muslim terkhususnya yang menjadi aspek yang melatarbelakangi penelitian ini. Selain itu *halal awareness* juga dapat menjadi jalur antara *product quality* terhadap minat beli, dengan kesadaran halal yang tinggi akan menimbulkan minat beli yang bagus juga dilihat dari kualitas produk yang ditawarkan (Nurhayati & Hendar, 2020).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan latar belakang yang telah dipaparkan di atas dengan judul **“Pengaruh *Product Quality* Terhadap Minat Beli Dengan *Halal Awareness* Sebagai Variabel Intervening di Aak Ramen Yuk”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Maraknya restoran-restoran yang belum memperoleh sertifikat halal.
2. Perbincangan media yang dapat memicu gaya hidup ikut-ikutan *trend*.
3. Adanya produk yang dijual mengandung bahan-bahan yang *syubhat* (diragukan) kehalalannya.
4. Minat beli yang rendah yang mana dari beberapa konsumen tidak memperhatikan dengan produk yang dikonsumsi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka pembahasan selanjutnya penelitian ini terbatas pada pengaruh *product quality* terhadap minat beli dengan *halal awareness* sebagai variabel Intervening di Aak Ramen Yuk. Di mana hanya produk, kesadaran halal dan minat beli yang dibahas.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah *product quality* dapat mempengaruhi minat beli secara langsung di di Aak Ramen Yuk?
2. Apakah *product quality* dapat mempengaruhi *halal awareness* secara langsung di di Aak Ramen Yuk?
3. Apakah *halal awareness* dapat mempengaruhi minat beli secara langsung di di Aak Ramen Yuk?
4. Apakah *product quality* dapat mempengaruhi minat beli secara tidak langsung melalui *halal awareness* di Aak Ramen Yuk?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji *product quality* dapat mempengaruhi minat beli secara langsung di di Aak Ramen Yuk.
2. Untuk mengetahui dan menguji *product quality* dapat mempengaruhi *halal awareness* secara langsung di di Aak Ramen Yuk.
3. Untuk mengetahui dan menguji *halal awareness* dapat mempengaruhi minat beli secara langsung di di Aak Ramen Yuk.

4. Untuk mengetahui dan menguji *halal awareness* sebagai mediasi product quality terhadap minat beli di Aak Ramen Yuk.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dengan konsep dasar ilmu yang dapat digunakan sebagai review materi mengenai produk yang halal dan thayyib bagi konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Syarat akademik dalam pemenuhan tugas akhir dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

b. Bagi Pelaku Usaha

Menjadi pertimbangan dan masukan bagi pelaku usaha dalam mengambil keputusan pembelian bahkan dalam mengembangkan strategi pemasaran produk yang halal dan thayyib.