

segmen strategis, mulai dari penerimaan bahan baku, proses pengolahan, hingga produk jadi diterima oleh konsumen. Dan berdasarkan analisis diagram sebab akibat, terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi karakteristik mutu produk, yaitu jenis dan mutu bahan baku, ketetapan prosedur pengolahan, kondisis lingkungan dan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan.

2. Skripsi Asep Heruhidayat dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan manajemen mutu terpadu pada Galih Bakery, Ciledug, Tangerang, Banten. Fokus penelitian yang dikaji adalah bagaimana penerapan sistem manajemen mutu terpadu pada galih bakery?, faktor-faktor apa yang mempengaruhi penerapan manajemen mutu terpadu pada galih bakery?. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan manajemen mutu terpadu pada galih bakery yang didasarkan atas unsur-unsur manajemen mutu itu sendiri. Hal itu dikarenakan unsur-unsur manajemen mutu terpadu tersebut belum dilaksanakan secara optimal oleh galih bakery. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan manajemen mutu terpadu pada galih bakery ada 14 faktor. Faktor-faktor tersebut terbagi menjadi 3 tingkatan atau kelompok, yaitu tingkat masalah terdiri dari manajemen pemasaran, lingkungan usaha, manajemen produksi, evaluasi dan monitoring, serta sarana dan prasarana (teknologi). Tingkat pelaku terdiri dari pimpinan dan karyawan galih bakery, dan yang terakhir adalah tingkat penyebab yang

2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas layanan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,253 (bertanda positif) terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai thitung sebesar 2,813 dengan tingkat signifikansi 0,006 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kualitas layanan (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diterima.

3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel harga (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,239 (bertanda positif) terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai thitung sebesar 2,672 dengan tingkat signifikansi 0,009 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa harga (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa harga (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diterima.

4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel tempat (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,205 (bertanda positif) terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 2,488 dengan tingkat signifikansi 0,015 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa tempat (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa tempat (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diterima.

5. Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0,543. Hal ini berarti bahwa 54,3% keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel

kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), harga (X3), dan tempat (X4). Sedangkan 45,7% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Skripsi Farhan Latifna dengan judul Analisis pengendalian kualitas diperusahaan bakpia pathuk dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan metode X dan R. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan pengendalian kualitas produk diperusahaan dalam upaya menekan tingkat kerusakan volume bakpia?, tingkat kerusakan apa saja yang terjadi yang diproduksi oleh perusahaan?, faktor-faktor apa saja yang menyebabkan tingkat kerusakan volume bakpia yang diproduksi oleh perusahaan?. Kesimpulan dari penelitian ini adalah jenis-jenis kerusakan yang terjadi pada produksi bakpia yaitu disebabkan karena terlalu besar atau terlalu kecil namun tidak dilakukan pengecekan ulang antara lebar dan diameter tingkat Kerusakan bakpia, kulit bakpia terlalu tipis sehingga bisa sobek, dan proses bolak balik pada oven terlalu lama, bisa gosong kulit sehingga tidak menyatu. Penyebab kerusakan dalam proses produksi yaitu berasal dari faktor pekerja, mesin produksi, metode kerja, material/bahan baku dan lingkungan kerja.
5. Skripsi Mohammad Alfian dengan judul Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, aksesibilitas lokasi, dan kekuatan referensi

sosial terhadap keputusan pemilihan rumah makan padang salero bundo di Jakarta. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen untuk tetap memilih makan dirumah makan Padang Salero Bundo seperti faktor persepsi harga, kualitas produk, aksesibilitas lokasi, dan kekuatan refrensi sosial agar diharapkan dapat meningkatkan dan menstabilkan kembali omset penjualan rumah makan tersebut. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini yaitu Variabel kualitas produk (X2), dengan tingkat signifikansi sebesar $0,031 < 0,005$ maka telah memenuhi syarat untuk menjadi variabel pendukung dari keputusan pembelian. Dengan melihat alasan dari responden, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kebersihan, rasa, dan penyajian yang menarik dari rumah makan tersebut telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

6. Skripsi Eko Fitriantini dengan judul Pelaksanaan sertifikasi halal di hotel dan restoran di wilayah kota Mataram dan Lombok barat. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu mengetahui pelaksanaan sertifikasi *halal*, faktor-faktor penyebab pemilik hotel dan restoran tidak mengurus sertifikat *halal* dan upaya MUI untuk mengatasi masalah tersebut. Faktor-faktor yang menyebabkan pihak hotel dan restoran tidak mengurus sertifikat *halal*, adalah biaya untuk mengajukan permohonan pembuatan sertifikat *halal* yang mahal, para produsen meyakini bahwa produk makanan yang mereka sediakan

		layanan, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)		sebuah restoran.	metode kualitatif.
4	Farhan Latifna	Analisis pengendalian kualitas di perusahaan bakpia pathuk dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan metode X dan R	UIN Sunan Kalijaga	Penelitian ini memiliki kesamaan meneliti pada bidang mutu produk.	Penelitian ini menggunakan metode deskripsi dan metode X dan R sbagai analisis data sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan deskripsi
5	Mohammad Alfian	Analisis pengaruh persepsi harga , kualitas produk , aksesibilitas lokasi, dan kekuatan referensi sosial terhadap keputusan pemilihan rumah makan padang salero bundo di jakarta	Universitas Diponegoro	Penelitian ini memiliki kesamaan meneliti pada kualitas produk dan meneliti di sebuah restoran	Penelitian ini meneliti tentang Analisis pengaruh persepsi harga , kualitas produk , aksesibilitas lokasi, dan kekuatan referensi sosial terhadap keputusan pemilihan rumah makan, sedangkan penelitian yang saya lakukan adalah meneliti tentang manajemen mutu restoran halal toyyiban.

e) *Dining Room*, terdapat di hotel kecil (*motel*), merupakan tempat yang tidak lebih ekonomis dari pada tempat makan biasa. Dining Room pada dasarnya disediakan untuk para tamu yang tinggal di hotel itu, namun juga terbuka bagi para tamu dari luar.

f) *Inn Tavern* adalah restoran dengan harga murah yang dikelola oleh perorangan ditepi kota.

g) *Pizzeria* adalah suatu restoran yang khusus menjual Pizza, kadang-kadang juga berupa spaghetti serta makanan khas Italia yang lain.

h) *Family Type Restaurant* adalah satu restoran sederhana yang menghadirkan makanan dan minuman dengan harga yang tidak mahal, terutama disediakan untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan

i) *Speciality Restaurant* adalah restoran yang menyediakan makanan khas dan diikuti dengan system penyajiaan yang khas dari suatu Negara atau daerah tertentu. Ciri-cirinya antara lain menyediakan menu khas suatu Negara atau daerah tertentu yang populer dan disenangi banyak pelanggan secara umum. Hanya dibuka untuk menyediakan makan siang dan makan malam, menu a'la carte dipersentasikan oleh pramusaji kepada pelanggan. Biasanya menghadirkan hiburan dan musik yang khas pula. Pada restoran ini dekorasi tempat mempunyai peranan sangat penting untuk menarik

oleh majelis ulama Indonesia juga antara faktor rujukan kepercayaan pengguna kepada kualiti produk tersebut.¹⁴ Di negara Indonesia hasil industri yang berupa produk *halal* harus bersertifikasi *halal* oleh LPPOM MUI karena lembaga ini bertanggung jawab atas sertifikasi *halal*. MUI mempunyai sistem jaminan *halal* agar produk yang dihasilkan suatu perusahaan sesuai dengan kehalalan dalam agama Islam. Produk industri yang telah diuji kehalalannya akan mencantumkan label *halal* pada produk mereka. Dengan adanya label *halal* ini konsumen muslim tidak ragu dengan jasa atau produk yang akan dikonsumsinya. Imam Al Ghazali juga memaparkan secara panjang lebar bahwa pedagang yang jujur pengabdianya kepada Allah tak kalah beratnya dengan para prajurit yang ada di medan perang, karena ketika ia berada di pasar/ tempat-tempat transaksi di situlah syetan datang merayu agar ia mengurangi volume timbangan, takaran (*literan*), dan sebagainya termasuk menyisipkan atau mencampurkan suatu yang najis atau haram kepada produk olahan.¹⁵

Bidang industri *halal* tidak hanya dalam bidang industri makanan dan minuman, tetapi bisa juga untuk bidang industri kosmetik, fashion, hiburan, salah satu perusahaan kosmetik yang sudah mempunyai sertifikat *halal* yaitu Wardah, dalam pembuatan kosmetik diperlukan katalis dari gelatin atau asam-asam lemak yang biasanya diambil dari

¹⁴ Dr. Nor 'Adha Abdul Hamid, Wawarah Saidpudin, Norziah Othman, Surianom Miskam, Syaripah Nazirah Syed Ager, Marlina Abdullah, Farah Mohd Shahwahid, Norazla Abdul Wahab, 2015, WAR 04 Industri makanan halal serantau: kajian di Malaysia dan Indonesia, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), Hal 27

¹⁵ KH Abdushomad buchori DKK, 2004, Bunga Rampai Petunjuk Produk Halal, LPPOM MUI, Surabaya. Hal 12.

