

Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada restoran mie kober setan pulau kawé di Denpasar

Tarsianus Pagor¹⁾, Ida Bagus Ketut Astina²⁾, Agung Sri Sulistyawati³⁾
Program Studi Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana
Jalan DR. R. Goris No. 7, Denpasar Bali. 80114
Email: tarsipagor1809@gmail.com¹⁾

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga serta variabel dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawé. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling dan Insidental Sampling sebagai penentuan responden. Dalam penelitian ini terdapat 111 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran angket dan wawancara. Penelitian ini memiliki variabel independen yang dianalisis yaitu kualitas pelayanan, produk, serta harga dan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan alat pengukurannya adalah skala likert serta dianalisis inferensial menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Berdasarkan hasil uji F data penelitian ini menunjukkan nilai $\text{sig.} 0,000 \leq 0,05$ dan $F_{\text{hitung}} 11,940 \geq F_{\text{tabel}} 2,30$ yang berarti H_0 ditolak. Berdasarkan hasil uji T kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,870, kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,024, dan harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,696 sedangkan nilai t_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0,1882. Dengan demikian nilai $t_{\text{hitung}} \geq \text{nilai } t_{\text{tabel}}$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dengan itu dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan serta secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel harga memiliki nilai koefisien beta sejumlah 0,290 dan signifikan 0,008. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen harga yang mempengaruhi dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawé.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, produk, harga, keputusan pembelian.

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality, product quality and price as well as the dominant variables that influence consumer purchasing decisions at Mie Kober Setan Restaurants. This study uses purposive sampling technique and incidental sampling is to determine the respondent. In this study, there were 111 respondents. The data collection techniques used were questionnaire distribution and interviews. This study has an independent variable that is analyzed, namely the quality of service, product, and price and the dependent variable is the purchase decision. In this study, a qualitative and quantitative approach was used with the measurement tool using the Likert scale and inferential analysis using SPSS version 23 software. Based on the results of the F test it shows the $\text{sig.} 0,000 \leq 0,05$ and $F_{\text{test}} 11,940 \geq F_{\text{table}} 2,30$ which means that H_0 is rejected. Based on the results of the T test it shows that independent variables such as service quality have a value of t_{test} of 1,870, product quality has a value of t_{test} of 1,024, and price has a value of t_{test} of 2,696 while the value of t_{table} in This research is 0,1882. Thus the value $t_{\text{test}} \geq \text{value } t_{\text{table}}$ which means H_0 is rejected and H_1 is accepted. Hence, it can be stated that in this study the independent variables such as service quality, product quality and price have a positive and significant influence as well as simultaneously on the decision consumer purchases at Mie Kober Setan Pulau Kawé. The price variabel has a beta coefficient value of 0,290 with a significant value of 0,008. Therefore it can be It can be concluded that the independent variable that has a dominant influence on consumer purchasing decisions at Mie Kober Setan Pulau Kawé Restaurant.

Keywords: Service quality, product, price, purchasing decisions.

1. PENDAHULUAN

Bisnis makanan dan minuman saat ini adalah sebagai bisnis yang memiliki potensial perkembangan dan pertumbuhan yang tinggi. Hal ini terjadi karena makanan dan minuman sebagai kebutuhan pokok sehari-hari setiap umat manusia yang ada di muka bumi ini. Industri bisnis yang menyediakan makanan dan minuman adalah Restoran dan Warung makan. Sehingga dengan itu, bisnis restoran maupun warung makan selalu mendepankan kualitas pelayanan dan produk sebagai jaminan terhadap konsumen.

Kota Denpasar adalah salah satu kota yang mengalami terus perkembangan baik dari segi perkantoran, perdagangan, lembaga pendidikan dan industry lainnya. Bertambahnya jumlah penduduk dan aktivitas sehari-hari, makanan cepat saji menjadikan sebagai makanan yang mudah diperoleh dan disajikan lebih khusus kaum remaja atau mahasiswa. Sehingga dengan demikian dapat menyebabkan perkembangan pembangunan rumah makan dan restoran di Kota Denpasar meningkat demi memenuhi kebutuhan setiap orang yang sedang melakukan pekerjaan. Perkembangan Warung Makan dan Restoran di Denpasar dapat dibuktikan pada tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1 Jumlah Restoran dan Warung Makan di Denpasar tahun 2012 – 2019

Tahun	Total	Pertumbuhan (%)
2012	7.025	-
2013	6.675	6,674
2014	24.740	24,739
2015	24.740	24,739
2016	23.957	23,956
2017	24.864	24,863
2018	24.864	24,863
2019	32.931	32,930
Rata-Rata Pertumbuhan		20,345

Sumber data : Dinas Pariwisata Provinsi Bali, (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut, menunjukkan bahwa pembangunan restoran dan warung makan di Denpasar pada tahun 2012 sejumlah 7.025. Pada tahun 2013 restoran dan warung makan di Denpasar mengalami penurunan yang mana jumlahnya sebanyak 6.675 dengan memiliki presentase pertumbuhan sejumlah 6,674 %. Kemudian pada tahun 2014 adanya penambahan restoran dan warung makan di Denpasar sebanyak 18.065 sehingga total restoran dan warung makan di Denpasar pada tahun tersebut sebanyak 24.740 dengan memiliki presentase pertumbuhan sejumlah 24,739%. Pada tahun 2015 restoran dan warung makan di Denpasar memiliki jumlah dan presentase pertumbuhan yang sama dengan tahun 2014. Pada tahun 2016 jumlah restoran dan warung makan di Denpasar mengalami penurunan sehingga pada tahun tersebut memiliki jumlah 23.957 dengan presentase pertumbuhan sebanyak 23,956%. Namun pada tahun 2017 dan 2018 adanya peningkatan kembali restoran dan warung makan di Denpasar sejumlah 24.864 dengan memiliki presentase pertumbuhan yang sama yaitu 24,863. Pada tahun 2019 restoran dan warung makan di Denpasar menambah lagi sehingga total pada tahun tersebut 32.931 dengan memiliki presentase pertumbuhan sebanyak 32.930%. Jadi, dari semua jumlah presentase pertumbuhan restoran dan warung makan di Denpasar yaitu tahun 2012 sampai dengan tahun 2019 memiliki rata-rata pertumbuhan sejumlah 20,345%. Dengan demikian penulis menyimpulkan bahwa, terjadinya peningkatan pembangunan restoran dan warung makan di

Denpasar dikarenakan banyak permintaan konsumen terhadap makanan untuk memudahkan konsumen selama menjalankan pekerjaan berlangsung.

Restoran Mie Kober Setan adalah salah satu restoran yang sudah terkenal di Denpasar, yang mana restoran ini bergerak dibidang makanan mie instan. Restoran ini memiliki banyak varian menu yang telah disediakan dengan harga relative murah dibandingkan dengan restoran sejenisnya. Sehingga dengan demikian mampu menarik perhatian para kaum milineal untuk mengunjungi restoran tersebut. Mie merupakan bahan dasar tepung yang memiliki kandungan karbohidrat yang cukup besar. Mie Instan umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan teknologi dan memberikan berbagai zat aditif untuk mengawetkan dan memberikan cita rasa bagi produk tersebut (Savitri, 2009:14). Semakin berkembangnya teknologi saat ini, pengelola mie tersebut membuat berbagai varian mie dengan memiliki cita rasa yang berbeda. Oleh sebab itu, peminat yang mengkonsumsi mie masih banyak hingga saat ini. Berdasarkan laporan yang dirilis World Instant Noodles Asosiation (WINA) bahwa Negara Indonesia memiliki kedudukan yang kedua dari 10 Negara di dunia ini yang mengkonsumsi mie dengan jumlah 12,63 miliar bungkus/porsi dengan presentase 12,6 % per tahun 2019. Mie juga merupakan sebagai makanan cepat saji secara umum disukai anak remaja yang sedang mengalami fase pertumbuhan ke dewasa. Dikatakan makanan cepat saji dikarena makanan tersebut dapat dikelola dengan cepat dan mudah disaji. Selain dari itu makanan cepat saji mudah diperoleh dengan harga yang murah dan bisa dinikmati oleh semua masyarakat. Hal ini didukung dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Tri Widodo (Vol.6 No.1 Desember 2013), yang mana mengemukakan salah satu makanan instan adalah Mie.

Munculnya Mie Kober Setan pada tahun 2010 dibawah naungan Bambang di Malang tepatnya di Jalan Bromo, yang mana pada permulaan Aris dan kawan-kawanya membentuk sebuah kelompok bermain (Kober). Sehingga dengan demikian timbulah sebuah ide untuk membuat mie yang berasa pedas dengan memodifikasi mie Malang (Renada vicha. 2018). Semakin banyaknya peminat untuk mengkonsumsi Mie Kober Setan, sehingga pengelola mie tersebut membuka outlet Restoran Mie Kober Setan di Denpasar. Restoran tersebut sudah cukup lama usianya di Denpasar yaitu 8 tahun sejak tahun 2012 dengan memiliki dua jenis olahan mie, yakni mie iblis dan mie setan. Mie iblis rasanya cenderung lebih manis karena berisi kecap. Sedangkan mie setan tastenya lebih gurih. Untuk level kepedasan, kedua mie ini memiliki level kepedasan yang berbeda.

Selain Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe, masih ada juga restoran yang menjual makanan mie instan yakni Restoran Mie Gacoan, Restoran Mie Rampok dan Restoran Mie Dober Bali. Namun dari beberapa restoran mie instan tersebut Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe memiliki beragam varian menu dengan harga yang relative murah, sehingga dengan demikian mampu menarik perhatian para konsumen untuk mengunjungi restoran tersebut.

Pengelola Restoran Mie Kober Setan yang berada di jalan Pulau Kawe, Denpasar memiliki harapan akan meningkatnya pertumbuhan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap mie atau varian menu lainnya yang telah disediakan. Keputusan pembelian konsumen yang tinggi mampu memberi pendapatan atau omset perusahaan setiap tahun meningkat dengan produk semua terjual atau mencapai target restoran. Sehingga dengan demikian, usaha dari restoran tetap berjalan dengan lancar untuk kedepanya. Namun kenyataanya berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis di bulan Februari 2020 bahwa, pendapatan yang dicapai oleh Restoran Mie Kober Setan di bulan Desember tahun 2020 mencapai Rp. 474.934.200 sedangkan di bulan Januari 2020 pendapatan restoran tersebut mencapai Rp 454,023,900 (Supervisor Mie Kober Setan.2020). Oleh karena itu penulis menyimpulkan bahwa, Restoran Mie Kober Setan tersebut mengalami penurunan omset yang tidak terlalu signifikan dibulan Januari tahun 2020.

Dalam upaya pengelola untuk mempertahankan keputusan pembelian konsumen yang tinggi terhadap menu Mie Kober Setan atau varian menu lain yang telah disediakan, restoran ini masih adanya masalah atau kendala baik dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk serta harga yang kurang baik. Hal ini dapat diketahui berdasarkan ulasan konsumen melalui media online yang ada di website resmi Restoran Mie Kober Setan tersebut. Adapun keluhan tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Terhadap Restoran Mie Kober Setan Tahun 2019-2020

No	Nama Konsumen	Keluhan
1.	Andika Rendra Saputra	Menunggu minuman yang sangat lama
2	Halim	Kurangnya daya tanggap karyawan terhadap Konsumen
3	Prad astika	Pelayanan kasir kurang memuaskan dan mendahulukan ojol dibanding dengan konsumen yang terdahulu.
4.	Brayen Vios	Kesalahan karyawan dalam membuat orderan Konsumen
Kualitas Produk		
4.	Fortune Traveling	Mienya terlalu matang, bumbunya kurang dan memiliki rasa yang tidak enak
8.	Jabir Muda	Mienya belum matang sempurna.
10	Sherly Ayu Permatasari	Mienya kurang enak.

sumber: Mie Kober Setan Pulau Kawe, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Restoran Mie Kober Setan di Jalan Pulau Kawe Denpasar lebih banyak keluhan oleh konsumen dibandingkan dengan keluhan mengenai kualitas produk. Meskipun demikian, pihak manajemen Restoran Mie Kober Setan juga tetap harus memperhatikan kualitas produk, karena produk sebagai sasaran utama oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sehingga dengan itu, konsumen selalu mengharapkan perusahaan harus mampu memproduksi suatu produk yang memiliki keunggulan atau kualitas yang baik. Selain itu pula, kualitas produk sebagai kunci perusahaan untuk mempengaruhi konsumen memiliki keinginan melakukan keputusan pembelian. Apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak diperbaiki atau ditingkatkan, maka hal ini dapat menyebabkan pelarian konsumen kepada pesaing atau usaha lain. Perlu diketahui bahwa kualitas merupakan senjata perusahaan untuk mempengaruhi banyak orang agar terjualnya suatu barang. Dengan kualitas ini juga mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang tersebut serta tingkat keputusan pembelian konsumen meningkat. Sehingga dengan itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk harus diperbaharui atau ditingkatkan demi kelancaran sebuah bisnis ditengah persaingan. Dengan adanya keluhan diatas, pihak manajemen Restoran Mie Kober Setan tersebut sudah melakukan beberapa langkah guna untuk memastikan agar pelayanan yang mereka berikan selanjutnya tidak menimbulkan *complain*, sehingga konsumen tidak lari ke pesaing. Adapun usaha manajemen dalam menangani hal tersebut yaitu memberikan pelatihan terhadap karyawan baik dari *soft skill* maupun *hard skill* dalam melayani konsumen serta teknik memasak dengan baik.

Selain dari kualitas pelayanan dan produk, harga juga salah satu faktor penentu konsumen untuk memutuskan pembelian produk. Dalam proses penetapan harga sebaiknya dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pemasaran. Penetapan harga dilakukan perusahaan berdasarkan banyak pertimbangan. Jika konsumen menerima tawaran berarti harga tersebut sudah tepat. Jika mereka menolak biasanya harga akan cepat diganti atau bila perlu produk bisa

ditarik dari pasar. Oleh karena itu, perusahaan menentukan harga terhadap produk harus sesuai dengan kualitas produk serta jumlah porsi makanannya yang dijual. Apabila harga yang ditentukan oleh Restoran Mie Kober Setan tidak sesuai dengan kualitas produk dan porsi makanan yang disediakan, maka hal ini dapat mengurangi kunjungan konsumen sehingga menyebabkan omset yang diperoleh restoran tersebut menurun.

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, penulis memiliki keinginan untuk meneliti berkaitan dengan “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan di Jl. Pulau Kawe, Denpasar”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling* dan *Insidental Sampling* adalah sebagai penentuan responden. Dalam penelitian ini terdapat 111 responden yang sudah melakukan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran angket dan wawancara. Penelitian ini memiliki variabel independen yang dianalisis yaitu kualitas pelayanan, produk, serta harga dan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan alat pengukurannya adalah skala likert serta dianalisis inferensial menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe Denpasar merupakan restoran yang menjual makanan instan yang tidak berkuah yaitu Mie goreng dan berbagai varian menu lainnya. Restoran ini berlokasi ditempat yang strategis sehingga mudah ditemui. Selain tempat strategis, lokasi restoran ini juga berada di tempat dengan memiliki jumlah penduduk yang banyak. Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe mulai beroperasi sejak tanggal 28 Desember 2015 sebagai outlet restoran mie kober setan yang kedua di Denpasar dibawah naungan bapak Bambang sebagai owner dari restoran tersebut dan bapak Arman sebagai manajemennya. Restoran ini memiliki 36 orang karyawan yang terdiri dari 7 orang wanita dan 29 orang laki-laki dengan memiliki 4 kategori pekerjaan yang terdiri dari; Perebus Mie, Garnis, Waiter/s, dan Barista.

Karakteristik responden berdasarkan Usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, informasi yang diperoleh, alasan berkunjung serta jumlah kunjungan konsumen.

Untuk mengetahui karakteristik responden dalam penelitian ini dapat diperoleh dari identitas responden sebagai berikut:

1.Responden berdasarkan Usia

Responden yang berumur 12 tahun – 17 tahun berjumlah 5 orang atau 5%, usia 17 tahun - 22 tahun berjumlah 65 orang atau 59%, usia 22 tahun – 27 tahun berjumlah 32 orang atau 29%, usia 27 tahun – 32 tahun berjumlah 7 orang atau 6%, dan yang berusia >32 tahun berjumlah 2 orang atau 2%. Jadi dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang lebih banyak berkunjung ke Restoran Mie Kober Setan di jalan Pulau Kawe, Denpasar yaitu responden yang berumur 17 tahun – 22 tahun sedangkan responden yang berusia >32 tahun yaitu responden paling sedikit yang berkunjung dan melakukan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan.

Dengan dilihat dari segi usia bahwa usia 17 tahun - 22 tahun adalah usia remaja sehingga dengan itu yang dominan berkunjung dan melakukan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan adalah usia Remaja.

2. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dari segi jenis kelamin, menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki yang mengunjungi atau melakukan pembelian menu makanan pada Restoran Mie Kober Setan di Jalan pulau Kawe, Denpasar sebanyak 39 orang atau 36% sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 72 orang atau 64%. Sehingga dengan itu penulis dapat menyimpulkan bahwa jumlah konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan di jalan Pulau Kawe Denpasar adalah berdominan berjenis kelamin perempuan.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

Responden yang memiliki pendidikan terakhir SMP sejumlah 3 orang atau 2% , SMA 70 orang atau 63%, Diploma 14 orang atau 13%, dan Sarjana 24 orang atau 22%. Jadi, penulis dapat menyimpulkan bahwa responden yang dominan berkunjung di Restoran Mie Kober Setan dilihat dari pendidikan terakhir adalah SMA sedangkan responden jumlah terendah yaitu SMP .

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Responden pekerjaan tersebut menerangkan bahwa responden yang memiliki status pekerja; Pelajar/Mahasiswa sebanyak 60 orang atau 55%, wiraswasta sebanyak 4 orang atau 4%, karyawan swasta sebanyak 39 orang atau 35%, IRT sebanyak 5 orang atau 5%, PNS sebanyak 1 orang atau 0%, dan lainnya sebanyak 2 orang atau 1%. Jadi kesimpulannya adalah responden yang memiliki status pekerjaan pelajar/mahasiswa lebih banyak dibandingkan dengan yang lain, sedangkan jumlah responden terendah yaitu yang berstatus pekerjaan sebagai PNS (Pegawai Negri Sipil).

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilanya.

Responden yang memiliki penghasilan < Rp.1.000.000 sebanyak 58 orang atau 52%, Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 14 orang atau 13%, Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 20 orang atau 18%, Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 sebanyak 11 orang atau 10%, Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 3 orang atau 3%, >Rp.5.000.000 sebanyak 5 orang atau 4%. Sehingga berdasarkan hasil uji tersebut menunjukkan responden yang memiliki penghasilan <1.000.000 lebih banyak dibandingkan dengan responden yang lain. Hal ini dikarenakan konsumen yang berkunjung pada restoran tersebut lebih dominan pelajar/mahasiswa sedangkan jumlah responden yang sedikit adalah responden yang memiliki penghasilan Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000.

6. Sumber informasi

Responden mengenai Restoran Mie Kober Setan di jalan Pulau Kawe, Denpasar yang mana dapat diketahui bahwa perolehan informasi responden berasal dari keluarga sejumlah 15 orang atau 13%, teman 72 orang atau 67%, brosur/pamphlet 1 orang 0%, media sosial 20 orang 18%, Internet 3 orang atau 2%. Oleh karena itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa, perolehan informasi responden mengenai Restoran Mie Kober Setan di Jalan Pulau Kawe Denpasar berasal dari teman lebih banyak sedangkan peroleh informasi terendah adalah melalui pamphlet atau brosur.

7. Alasan Berkunjung

Responden dengan alasan makan/minum sebanyak 89 orang atau 80%, responden dengan tujuan meeting/urusan pekerjaan sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang menyatakan bahwa berkunjung karena varian menu sebanyak 4 orang atau 3%, responden yang menyatakan alasan

berkunjung untuk bersantai 14 orang atau 13% dan lainnya sebanyak 1 orang 0%. Dengan demikian, dengan dilihatnya jumlah responden pada tabel tersebut penulis menyimpulkan bahwa alasan responden atau konsumen mengunjungi ke Restoran tersebut dengan tujuan untuk makan/minum.

8. Jumlah Kunjungan

Responden sebanyak 1 kali kunjungan 15 orang atau 14%, jumlah kunjungan konsumen sebanyak 2 kali 14 orang 13%, jumlah kunjungan konsumen sebanyak 3 kali 13 orang atau 12%, jumlah kunjungan konsumen sebanyak 4 kali sebanyak 12 orang 10%, sedangkan konsumen yang mengunjungi sebanyak ≥ 4 kali 57 orang atau 51%. Diketahui jumlah responden tersebut, penulis menyimpulkan bahwa jumlah kunjungan responden sebanyak >4 kali lebih dominan dibandingkan dengan jumlah kunjungan yang lain.

3.2 Uji Instrumen Penelitian

3.2.1 Uji Validitas Data

Uji ini dengan tujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya item-item kuesioner penelitian. Jumlah item pernyataan dalam penelitian yaitu 41 butir pernyataan dari semua variabel yang digunakan untuk dijawab oleh responden. Adapun dua kriteria dalam penentuan valid atau tidak pertanyaan kuesioner sebagai berikut ; nilai *significant* 0,05 dengan derajat kebebasan (df) = $n-k = 111-4 = 107 = 0.1882$. Nilai 0.1882 merupakan nilai dari t_{tabel} yang akan digunakan untuk membandingkan dengan t_{hitung} . Berikut ini merupakan hasil uji validitas data dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23.

Tabel 3.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig.	Hasil
X1.1	0.332	0.1882	0.000	Valid
X1.2	0.382	0.1882	0.000	Valid
X1.3	0.384	0.1882	0.000	Valid
X1.4	0.205	0.1882	0.001	Valid
X1.5	0.345	0.1882	0.000	Valid
X1.6	0.316	0.1882	0.001	Valid
X1.7	0.360	0.1882	0.000	Valid
X1.8	0.380	0.1882	0.000	Valid
X1.9	0.530	0.1882	0.000	Valid
X1.10	0.451	0.1882	0.000	Valid
X1.11	0.431	0.1882	0.000	Valid
X1.12	0.523	0.1882	0.000	Valid
X1.13	0.456	0.1882	0.000	Valid
X1.14	0.548	0.1882	0.000	Valid
X1.15	0.577	0.1882	0.000	Valid
X1.16	0.425	0.1882	0.000	Valid
X1.17	0.415	0.1882	0.000	Valid

Sumber : Data kuesioner yang diolah dengan SPSS 23,2020.

Berdasarkan tabel 3.1 Uji *Validitas Pearson Product Moment* tersebut, menunjukkan bahwa setiap item-item pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai Pearson Correlation atau $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ serta nilai signifikan ≤ 0.05 . Sehingga dengan melakukan pengamatan pada tabel validasi tersebut dan membandingkan antara $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan serta nilai signifikannya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan pada kuesioner penulis dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.2 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig.	Hasil
X2.1	0.446	0.1882	0.000	Valid
X2.2	0.403	0.1882	0.000	Valid
X2.3	0.377	0.1882	0.000	Valid
X2.4	0.316	0.1882	0.001	Valid
X2.5	0.189	0.1882	0.000	Valid
X2.6	0.535	0.1882	0.001	Valid

Sumber : Data kuesioner diolah dengan SPSS 23,2020.

Berdasarkan tabel 3.2 Uji *Validitas Pearson Product Moment* tersebut, menunjukkan bahwa setiap item-item pertanyaan variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai Pearson Correlation atau $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ serta nilai signifikan ≤ 0.05 . Sehingga dengan melakukan pengamatan pada tabel validasi tersebut dan membandingkan antara $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ serta nilai signifikannya, maka dengan itu penulis dapat menyimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel kualitas produk pada kuesioner penulis dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.3 Uji Validitas Harga (X3)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig.	Hasil
X3.1	0.564	0.1882	0.000	Valid
X3.2	0.727	0.1882	0.000	Valid
X3.3	0.785	0.1882	0.000	Valid
X3.4	0.527	0.1882	0.001	Valid
X3.5	0.770	0.1882	0.000	Valid

Sumber : Data kuesioner diolah dengan SPSS 23,2020.

Berdasarkan tabel 3.3 Uji *Validitas Pearson Product Moment*, menunjukkan bahwa setiap item-item pertanyaan harga (X3) memiliki nilai Pearson Correlation atau $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ serta nilai signifikan ≤ 0.05 . Sehingga dengan melakukan pengamatan pada tabel validasi tersebut dan membandingkan antara $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan nilai signifikannya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel harga pada kuesioner penulis dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.4 Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig.	Hasil
Y1	0.521	0.1882	0.000	Valid
Y2	0.647	0.1882	0.000	Valid
Y3	0.604	0.1882	0.000	Valid
Y4	0.621	0.1882	0.000	Valid
Y5	0.546	0.1882	0.000	Valid
Y6	0.437	0.1882	0.001	Valid
Y7	0.558	0.1882	0.000	Valid
Y8	0.565	0.1882	0.000	Valid
Y9	0.574	0.1882	0.000	Valid
Y10	0.361	0.1882	0.000	Valid
Y11	0.584	0.1882	0.000	Valid
Y12	0.516	0.1882	0.000	Valid

Y13	0.565	0.1882	0.000	Valid
-----	-------	--------	-------	-------

Sumber : Data kuesioner diolah dengan SPSS 23,2020.

Berdasarkan table 3.4 Uji *Validitas Pearson Product Moment* tersebut, menunjukkan bahwa setiap item-item pertanyaan keputusan pembelian konsumen (Y) memiliki nilai Pearson Correlation atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta nilai signifikan < 0.05 . Sehingga dengan melakukan pengamatan pada tabel validasi tersebut dan membandingkan antara $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ serta nilai signifikannya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel harga pada kuesioner penulis dapat dinyatakan valid.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini memiliki kriteria mengenai reliabilitas atau tidak pertanyaan dalam kuesioner peneliti seperti, apabila nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ maka data tersebut memiliki reliability, sebaliknya jika *Cronbach Alpha* $\leq 0,6$ maka dinyatakan tidak reliability. Berikut ini penulis lampirkan hasil uji realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23.

Tabel 3.5 Uji Reliability Statistik

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,760	0,60	Reliabel
Kualitas Produk(X2)	0,899	0,60	Reliabel
Harga (X3)	0,764	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,672	0,60	Reliabel

Sumber : Data kuesioner diolah dengan SPSS 23,2020

Berdasarkan tabel 3.5 hasil uji SPSS tersebut, bahwa pada penelitian ini *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel memiliki besaran nilai yang berbeda, yang mana diketahui variabel independen kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,760, kualitas produk (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899, harga (X3) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,672. Dari semua item-item pernyataan variabel independen dan dependen memiliki nilai alpha sebesar 0,60. Jadi, sesuai dengan diketahuinya nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$, maka alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3.2.3 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga) dan variabel dependen (Keputusan Pembelian Konsumen) berdistribusi normal atau tidak. Menurut Singgih Santoso dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probalitas (Asymtotic significance) yaitu sebagai berikut:

1. Jika $Probalitas \geq 0,05$ maka distribusi dari regresi dinyatakan normal.
2. Jika $probalitas \leq 0,05$ maka distribusi regresi dinyatakan tidak normal`

Tabel 3.6 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		111
Normal	Mean	1.2185684
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	4.02591373
Most Extreme	Absolute	.145
Differences	Positive	.130
	Negative	-.145
Kolmogorov-Smirnov		.345
Asymp. Sig. (2-tailed)		.980

Sumber: Data kuesioner yang diolah,2020.

Berdasarkan output uji normalitas tersebut diketahui bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov residual sebesar 0,345 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.980. Jadi, nilai signifikan pada uji ini adalah sebesar 0,980 yang berarti \geq alpha 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

2). Uji Multikolinearitas

Melakuakn uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui suatu model regresi memiliki hubungan yang baik atau tidak. Kriteria penentuan multikolinearitas yaitu apabila nilai tolerance \geq nilai 0,10 dan nilai VIF \leq nilai 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3.7 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
	.584	1.712
Kualitas Pelayanan (X1)	.748	1.336
Kualitas Produk (X2)	.607	1.648

Sumber : Data kuesioner diolah dengan SPSS 23,2020.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan (x1) yaitu 0.584 dengan nilai VIF 1.712, variabel Kualitas produk memiliki nilai *tolerance* yaitu 0.748 dengan nilai VIF 1.336, dan variabel harga memiliki nilai *tolerance* 0.607 dengan nilai VIF 1.648. Jadi berdasarkan dari hasil perhitungan antara nilai *tolerance* dan VIF menunjukkan bahwa nilai tolerance yang diperoleh \geq 0,10 dan nilai VIF \leq 10. Sehingga dengan itu dapat menyimpulkan bahwa tidak adanya terjadi multikolinearitas pada penelitian ini.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Tabel 3.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejtser

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta	t	Sig
(Constant)	12.908	4.624		2.792	.006
Kualitas Pelayanan	-.166	.085	-.237	-1.946	.054

Kualitas Produk	.253	.138	.197	1.829	.070
Harga	-.200	.267	-.090	-.750	.455

Sumber : Data kuesioner yang dilah dengan SPSS 23, 2020

Berdasarkan hasil uji Uji Heteroskedastisitas pada tabel 4.17 tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,054, kualitas produk (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,070, dan harga memiliki nilai signifikan sebesar 0,455. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan dari semua variabel independen \geq dari alpha 0,05, sehingga dengan itu penulis menyimpulkan bahwa pada uji ini tidak ada terjadinya heteroskedastisitas.

3.3 Teknik Analisis Data

1) Analisis Statistik Deskriptif

Skala likert pada penelitian ini dengan tujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas pelayanan (X1, kualitas produk (X2), harga (X3) dan keoutusan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan. Pada penelitian ini terdapat 41 (empat puluh satu) jumlah sub indikator yang dijawab oleh 111 orang responden yang telah berkunjung atau membeli produk-produk yang disediakan oleh restoran tersebut. Pada berikut ini akan menjelaskan jumlah deskripsi responden terhadap setiap butir pernyataan variabel pada kuesioner penelitian ini.

1) Deskripsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan skala likert, diketahui Indikator variabel kualitas pelayanan (X1) yang memperoleh nilai tertinggi adalah sub indikator Restoran Mie Kober Setan memproduksi mie atau varian menu lainnya yang memuaskan (X1.6) dan Ketepatan karyawan dalam memproduksi menu orderan konsumen (X1.7). Kedua sub indikator tersebut memperoleh nilai rata-rata 4,44, yang mana nilai rata-rata tersebut termasuk kategori sangat setuju. Sedangkan nilai sub indikator terendah adalah Kebersihan alat untuk menyajikan menu makanan (X1.3) dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,83 yang mana termasuk kategori setuju. Keseluruhan total rata-rata dari semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 3,97 yang berarti termasuk pada kategori setuju.

2) Deskripsi Responden Terhadap variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil perhitungan skala likert, diketahui sub indikator variabel kualitas produk (X2) yang memperoleh nilai tertinggi adalah pernyataan mengenai aroma Mie atau varian menu lainnya terasa sedap dan menambah nafsu makan konsumen (X2.5) dan Mie atau varian menu lainnya memiliki cita rasa yang enak atau lezat (X2.6). Kedua sub indikator tersebut memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,58. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori sangat setuju. Sedangkan sub indikator yang memperoleh nilai terendah adalah Mie atau varian menu lainnya memiliki warna yang segar dan menarik untuk dilihat (X2.1) dan Kebersihan dalam penampilan Mie atau varian menu lainnya (X2.2). Rata-rata yang diperoleh dari kedua sub indikator tersebut adalah sebesar 4,47 termasuk kategori sangat setuju. Total rata-rata dari keseluruhan sub indikator pada variabel produk (X2) tersebut adalah sebesar 4,51 dengan memiliki kategori sangat setuju.

3) Deskripsi Konsumen Terhadap Variabel Harga

Berdasarkan hasil perhitungan skala likert, diketahui Sub indikator harga (X3) yang memperoleh nilai tertinggi adalah Harga Mie atau varian menu lainnya sesuai dengan kualitas Produk (X3.1) dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,57 termasuk kategori sangat setuju. Sedangkan sub indikator yang memperoleh nilai terendah adalah menjual menu Mie atau varian lainnya dengan harga yang tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas produk (X3.4) dengan nilai rata-

rata sebesar 3,25 termasuk kategori netral atau biasa saja. Total rata-rata keseluruhan dari sub indikator variabel harga adalah sebesar 4,05 termasuk kedalam kategori setuju.

4) Deskripsi Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan skala likert, diketahui sub indikator dari variabel keputusan pembelian konsumen yang memperoleh nilai tertinggi adalah Melakukan pembelian karena Mie atau varian menu lainnya dapat dibeli dengan menggunakan jasa online (Y7) dan Melakukan pembelian karena Outlet dari Restoran Mie Kober Setan sudah berkembang (Y8). Kedua sub indikator tersebut memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,37 termasuk pada kategori sangat setuju. Sedangkan sub indikator terendah adalah Melakukan pembelian berdasarkan banyaknya jumlah produk yang disediakan (Y9) dengan nilai rata-rata 4,20 termasuk kategori netral atau biasa saja. Secara keseluruhan nilai rata-rata 4,27 termasuk kategori sangat setuju.

2) Analisis Inferensial

2.1) Analisis Korelasi

Uji koefisien korelasi dibuat dengan tujuan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dan apakah hubungannya positif atau negative`

Tabel 3.13 Analisis Korelasi

		Correlations			
		Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Produk (X2)	Harga (X3)	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.465	.604	.426
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111
Kualitas Produk (X2)	Pearson Correlation	.465	1	.431	.319
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001
	N	111	111	111	111
Harga (X3)	Pearson Correlation	.604	.431	1	.456
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.426	.319	.456	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	
	N	111	111	111	111

Sumber: Data kuesioner diolah dengan SPSS 23.

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan dimana variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai sig (2-tailed) 0.000, variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai sig. (2-tailed) 0.001, variabel harga (X3) memiliki nilai sig (2-tailed) 0.000 dan nilai sig (2-tailed) dari variabel keputusan pembelian yaitu 0.000. Nilai signifikan dari variabel independen dan dependen $\leq 0,05$ dengan arah hubungan yang positif. Selain analisis dengan menggunakan nilai signifikan, adapun

cara lain untuk mengetahui hubungan antara variabel yaitu dengan cara membandingkan *Pearson Correlation* dengan r_{tabel} yang mana untuk mengetahui nilai r_{tabel} tersebut dengan cara $r_{\text{tabel}} = n-k$ $(111-4)=107$ pada baris r_{tabel} 0,1882 . Setiap variabel pada penelitian ini memiliki interpretasi koefisien korelasi hubungan yang mana kualitas pelayanan (X1) memiliki hubungan sedang dengan nilai *Pearson Correlation* 0,426 yang berarti $\geq r_{\text{tabel}}$ 0,1882, kualitas produk memiliki hubungan yang rendah dengan nilai *Pearson Correlation* 0,319 yang berarti $\geq r_{\text{tabel}}$ 0,1882, harga (X3) memiliki hubungan yang sedang dengan nilai *Pearson Correlation* 0,456 yang berarti $\geq r_{\text{tabel}}$ 0,1882.

2) Regresi Linear Berganda

Melakukan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Tabel 3.14 berikut ini akan menampilkan hasil regresi berdasarkan data yang diolah dengan perangkat lunak SPSS versi 23.

Tabel 3.14 Regresi linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.857	5.856		2.878	.005
	Kualitas Pelayanan (X1)	.202	.108	.205	1.870	.064
	Kualitas Produk (X2)	.179	.175	.099	1.024	.308
	Harga (X3)	.912	.338	.290	2.696	.008

Sumber : Data kuesioner yang dilah dengan SPSS 23, 2020

Berdasarkan tabel regresi linear berganda tersebut, dapat diketahui nilai *constant* (konstanta) sebesar 16.857. Sedangkan untuk nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.202, variabel kualitas produk (X2) sebesar 0.179, dan variabel harga (X3) sebesar 0.912. Berikut ini adalah intreprastasi menggunakan model persamaan linear berganda yakni sebagai berikut: $Y = a + b X_1 + b X_2 + b X_3$. $Y = 16.857 + 0.202X_1 + 0.179X_2 + 0.912X_3$.

Adapun interprestasi dari model persamaan regresi linear tersebut yaitu:

- 1) Nilai konstanta sebesar 16.857 yang berarti bahwa apabila kualitas pelayanan, kualitas produk dan penentuan harga diabaikan oleh Restoran Mie Kober Setan, maka keputusan pembelian konsumen terhadap produk sebesar 16.857.
- 2) Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0.202, yang artinya apabila kualitas pelayanan meningkat akan terjadinya peningkatan keputusan pembelian konsumen sebesar 0.202. Begitu pun sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun akan terjadi penurunan keputusan pembelian konsumen sebesar 0.202.
- 3) Nilai koefisien variabel kualitas produk sebesar 0.179, yang artinya apabila kualitas produk meningkat akan terjadinya peningkatan keputusan pembelian konsumen sebesar 0.179. Begitu pun sebaliknya apabila kualitas produk menurun akan terjadi penurunan keputusan pembelian konsumen sebesar 0.179.
- 4) Nilai koefisien variabel harga sebesar 0.912, yang artinya apabila penentuan harga terhadap produk sesuai dengan kualitas produk serta porsinya akan terjadinya peningkatan keputusan pembelian konsumen sebesar 0.179. Begitu pun sebaliknya apabila penentuan harga tidak sesuai dengan kualitas produk dan porsinya akan terjadi penurunan keputusan pembelian konsumen sebesar 0.179.

3) Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh positif dan signifikan secara simultan (secara bersama-sama) variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3.15 Uji F

Anova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2503.343	3	834.448	11.940	.000 ^b
Residual	7478.135	107	69.889		
Total	9981.477	110			

Sumber : Data kuesioner yang diolah,2020.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikan 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 11.940. Untuk melakukan penentuan dengan metode F_{hitung} , maka terdahulu mencari nilai F_{tabel} dengan cara $df = n-k-1 = 111- 4 -1 = 106$. Jadi, nilai F_{tabel} berada pada nomor 107 kolom ke-lima, yang mana pada kolom tersebut terdapat nilai F_{tabel} sebesar 2.30. Jadi berdasarkan kriteria penentuan simultan penulis menyimpulkan bahwa nilai signifikan pada uji ini sebesar 0,000 yang berarti $\leq 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 11.940 \geq$ nilai F_{tabel} sebesar 2.30. Maka dengan itu penulis menyimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya semua variabel independen seperti kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y).

4) Analisis Uji T (Individual)

Uji statistik T disebut juga sebagai uji signifikansi individual digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Untuk mengetahui nilai t_{tabel} dapat diperoleh dengan cara $n-k = 111- 4 = 107$. Maka t_{tabel} berada pada nomor 107 dikolom 0,05. Jadi t_{tabel} sebesar 0.1882. Adapun ketentuan uji T yakni, apabila $t_{hitung} \geq$ dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3.16 uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	B		
1	(Constant)	16.857	5.856		2.878	.308
	Kualitas Pelayanan (X1)	.202	.108	.205	1.870	.064
	Kualitas Produk (X2)	.179	.175	.099	1.024	.005
	Harga (X3)	.912	.338	.290	2.696	.008

Sumber : Data kuesioner yang diolah dengan SPSS 23,2020.

Berdasarkan uji T tersebut, penulis menjelaskan tingkat signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen berikut ini:

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.870. Dengan itu menerangkan bahwa nilai $t_{hitung} 1.870 \geq$ nilai $t_{tabel} 0,1882$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1

diterima yang berarti adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

2) Variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.024. Dengan itu menerangkan bahwa nilai $t_{hitung} 1.024 \geq$ nilai $t_{tabel} 0.1882$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

3) Variabel harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.696. Dengan itu menerangkan bahwa nilai $t_{hitung} 2.696 \geq$ nilai $t_{tabel} 0,1882$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti adanya pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian.

5) Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Melakukan uji koefisien determinasi pada penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar nilainya pengaruh kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan.

Tabel 3.17 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.722	.638	4.651

Sumber: Data kuesioner yang diolah,2020.

Diketahui bahwa, nilai R Square (r^2) sebesar 0.722. Dari nilai tersebut menunjukkan Keputusan Pembelian Konsumen (Y) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) sebesar 0.722 atau 72,2% dan sisanya 38.8 dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

6) Variabel Dominan

Uji dominan merupakan uji untuk mengetahui variable independen yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan.

Tabel 3.18 Variabel Dominan

		Standardized Coefficients	Sig.
		B	
1	(Constant)		.308
	Kualitas Pelayanan (X1)	.205	.064
	Kualitas Produk (X2)	.099	.005
	Harga (X3)	.290	.008

Sumber : Data Kuesioner yang diolah,2020.

Berdasarkan hasil data kuesioner diolah dengan perangkat lunak SPSS versi 23, dapat diketahui yang mana variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien beta sebesar 0.205 dengan nilai signifikan 0,064, variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,099 dengan nilai signifikan 0,005, dan variabel harga memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,290 dengan nilai signifikan 0,008. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang mempengaruhi dominan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan adalah

variabel harga, yang mana variabel tersebut memiliki nilai beta sebesar 0,290 dan nilai signifikan $0,008 \leq 0,05$.

3.2 PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Konsumen

Berdasarkan uji T dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23, menerangkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 1.870. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 0.1882. Berdasarkan perbandingan tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, sehingga dapat diketahui bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan diduga adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan. Berdasarkan jawaban responden indikator variabel kualitas pelayanan Menurut Tjiptono (2007) terdiri dari bukti langsung, daya tanggap, keandalan, empati dan ketepatan. memiliki nilai rata-rata sebesar 3,97 yang mana termasuk kategori setuju.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil Uji T dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23, yang mana pada tabel uji tersebut menerangkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.024 sedangkan nilai dari t_{tabel} sebesar 0.1882. Berdasarkan perbandingan tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, sehingga dengan itu dapat diketahui bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Oleh karena itu penulis dapat menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk diduga adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan. Berdasarkan jawaban responden indikator variabel kualitas produk menurut Fiani dan Japariato (2012) terdiri kombinasi warna, penampilan, porsi, aroma dan rasa memiliki nilai rata-rata sebesar 4,51 termasuk kategori sangat setuju.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil Uji T dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23, yang mana pada tabel uji tersebut menerangkan bahwa variabel harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.696. Sedangkan nilai dari t_{tabel} sebesar 0.1882. Berdasarkan perbandingan tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, sehingga dengan itu dapat diketahui bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Oleh karena itu penulis dapat menyimpulkan bahwa variabel harga diduga adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan. Berdasarkan jawaban responden indikator variabel harga Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52), terdiri dari kesesuaian harga, daftar harga, diskon atau potongan harga, serta harga yang dipresepsikan memiliki nilai rata-rata 4,05 yang mana termasuk kategori Setuju.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Berdasarkan hasil Uji F (simultan) dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23, menunjukkan bahwa pada tabel tersebut nilai dari F_{hitung} sebesar 11.940 dengan memiliki nilai signifikan $0.000 \leq 0.05$. Sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2.30. Dengan demikian nilai F_{hitung} $11.940 \geq$ nilai F_{tabel} 2.30. Jadi dapat menyimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan serta secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan adalah harga (X3). Hal ini diketahui dari tabel 4.27 uji T menunjukkan bahwa

nilai B (beta) pada kolom *Standardized Coefficients* variabel harga memiliki nilai terbesar yaitu 0,290 atau 29,0% dengan signifikan $0,008 \leq 0,05$. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu $Y = 16.857 + 0.202X_1 + 0.179X_2 + 0.912X_3$ yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,0202, variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,179 serta variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,912 dengan memiliki hubungan variabel independen terhadap variabel dependen yang berbeda. Yang mana kualitas pelayanan memiliki hubungan sedang dengan nilai *Pearson Correlation* 0,426 yang berarti $\geq r_{\text{tabel}}$ 0,1882, kualitas produk memiliki hubungan yang rendah dengan nilai *Pearson Correlation* 0,319 yang berarti $\geq r_{\text{tabel}}$ 0,1882, harga (X3) memiliki hubungan yang sedang dengan nilai *Pearson Correlation* 0,456 yang berarti $\geq r_{\text{tabel}}$ 0,1882.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dijelaskan pada bab pembahasan, dengan demikian penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai sig. $0,000 \leq 0,05$ dan nilai F_{hitung} 11.940 \geq nilai F_{tabel} 2.30 yang berarti H_0 ditolak. Dengan demikian dapat menyimpulkan bahwa variabel independen seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan serta secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe.
- 2) Berdasarkan hasil uji T (individual) menunjukkan bahwa :
 - a) Variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.870 \geq nilai t_{tabel} 0,1882 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe. Hal tersebut menunjukkan bahwa Tangibles, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati merupakan sebagai pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe.
 - b) Variabel Kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.024 \geq nilai t_{tabel} 0,1882 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kombinasi Warna, Penampilan, Porsi, Aroma dan Rasa merupakan sebagai pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe.
 - c) Variabel Harga juga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.696 artinya \geq nilai t_{tabel} 0,1882 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober Setan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kesesuaian harga, Daftar Harga, Potongan Harga, dan Harga yang dipresepsikan merupakan sebagai pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian pada Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe.
- 3) Berdasarkan uji T (individual) menunjukkan bahwa nilai B (beta) pada kolom *Standardized Coefficients* variabel harga memiliki nilai terbesar yaitu 0,290 atau 29,0% dengan signifikan $0,008 \leq 0,05$ menunjukkan bahwa variabel harga merupakan variabel yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Mie Kober setan Pulau Kawe.

Ucapan Terima kasih

Saya menyampaikan ucapan terimakasih kepada bapak Drs. IB. Ketut Astina, M. Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Agung Sri Sulistyawati, SST.Par., M.Par selaku dosen pembimbing II yang telah membantu mengarahkan, mengkritik serta saran yang sangat berguna dalam penyusunan Laporan Penelitian penulis. Terimakasih juga kepada *owner* dan pihak manajemen Restoran Mie Kober Setan Pulau Kawe di Denpasar yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan memberikan data sesuai kebutuhan penulis. Terimakasih pula kepada orang tua penulis, keluarga maupun teman-teman yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis hingga terselesaikan penelitian ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adzania, I Arzin. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Samsung Galaxy Young S 6310. Solo: Artikel.
- Agusalim, Agus. 2017. Kualitas pelayanan. Jakarta:Jurnal.
- Aritur.2015. [Klasifikasi dan Jenis Restoran Menurut Para Ahli](https://www.arsitur.com/2015/10/klasifikasi-restoran-menurut-para-ahli.html): Artikel. (online) (<https://www.arsitur.com/2015/10/klasifikasi-restoran-menurut-para-ahli.html> Diakses 23 April 2020).
- Alfiah, A. 2017. Pengertian Kualitas Pelayanan: Artikel.
- Ari, P Dewi dan Syarifah, L Hanum. 2016. Hubungan Antara Pengetahuan Dan Kebiasaan Mengonsumsi Fast Food Dengan Status Gizi Pada Remaja. Riau:Jurnal.
- Anwar, Hidayat. 2016. Uji Multikolinearitas: Artikel.
- Carolina, F. 2017. Metodeologi Penelitian. Semarang :Artikel. (Online).(<http://repository.unika.ac.id/14719/4/12.60.0192%20Fransisca%20Anita%20Carolina%20BAB%20III.pdf> Diakses 15 Mei 2020).
- Dharmamesta, B Swastha dan Handoko, T Hani. 1982. Manajemen pemasaran' analisis perilaku kosumen Yogyakarta. Yogyakarta: Buku.
- Diaz, A.2019. Metodeologi Penelitian: Artikel.(Online).(<http://repository.umj.ac.id/bitstream/123456789/1090/1/12.%20BAB%20III.pdf> di akses 15 Mei 2020).
- Ernawatiningsih , N Putu Lisa. 2019. Analisis Determinan Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Berwirausaha. Denpasar: Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Volume 4, No. 1.
- Frf. 2017. Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahlinya: Jurnal.
- Hasnih, G Hasmin. 2016. Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. Makasar : Jurnal Mirai Management, Volume 1.
- Risqonadhimi, H . 2011. Analisis dampak kualitas layanan dalam membentuk kepuasan pelanggan precious studio semarang. Semarang : Jurnal.
- Sinta. 2016. Klasifikasi Restoran. Denpasar : Artikel. (Online).(<https://sinta.unud.ac.id/uploads/wisuda/1206205059-2-BAB%201.pdf> (Diakses 5 Agustus 2020) (<http://digilib.unila.ac.id/6579/17/BAB%20III.pdf> diakses 3 Agustus 2020). (Online)
- Johny, N. F. Kapahang dan Rogahang. 2016. Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Membeli (Studi Pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu): Jurnal Administrasi Bisnis.
- Junadi. 2010. Tabel r (Koefisien korelasi): Jurnal.
- Johny , Velnawaty dan Rogahang. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

- Konsumen pada Pt Jumbo Swalayan Manado. Manado: Artikel.
- Komara, Tioegi. 2017. Metodologi Penelitian : Artikel. (Online).
(<http://repository.unpas.ac.id/31623/4/BAB%20III.pdf> diakses 23 Mei 2020).
- Budy, Kusnandar Viva. 2019. 10 Negara dengan Konsumsi Mi Instan Terbesar. Jakarta: Databoks. (Online). (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/inilah-10-negara-dengan-konsumsi-mi-instan-terbesar-dunia-2019> Diakses 20 April 2020).
- Marhaendro, Agus Susworo Dwi. 2011. Analisis Korelasi : Jurnal. (Online) (<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132295850/pendidikan/Analisis+Korelasi.pdf>: Diakses 28 Mei 2020).
- Martono. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates. Yogyakarta: Jurnal Medikora, Vol. XVIII No. 1.
- Muhajir, M. Munif dan Astawa. 2019. Pengaruh Persaingan Harga Dan Kualitas Produk Pakaian Adat Bali Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Tradisional Kota Tabanan. Bali: Jurnal Vol. 2 No. 2. Oktober 2019. ISSN : 2655 – 6782. (Online). (<https://jurnal.stiesahidbali.ac.id/index.php/MIW/article/view/62/40> Diakses 27 Juni 2020).
- Mudharabah. 2014. Analisis Persepsi Masyarakat Tentang Produk : Artikel. (Online). <http://digilib.unila.ac.id/5744/14/Bab%203.pdf>.
- Nugroho, A Abdurahman. 2006. Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Telekomunikasi Telkomflexi Area Jember. Jember: jurnal Vol. 3, No. 1.
- Nani, Supardi dan Wolok. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo. Gorontalo: Artikel.
- Purwanto, Agus. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada RM Lesehan Sribu Asri di Pare. Kediri: Jurnal.
- Putri, Cici Chintia dan Nyoman. 2017. Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kepuasan Pembelian Labtop Asus. Yogyakarta: Jurnal Manajemen Dewantara Edisi 1.
- Pamel, Icha. 2018. Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Remaja Dan Dampaknya Bagi Kesehatan Surabaya. Surabaya: Jurnal Ikesma volume, 14, nomor, 2 september 2018:
- Respatiningtias, D Suswanti. 2019. Peningkatan Kualitas Dan Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pendanaan Nasabah Pada Pt. Bank Bni Syariah Nganjuk. Jawa Timur: Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah) Vol. 06 No. 02 November 2019: 95 – 105 e-ISSN 2407-3709 p-ISSN 2355-438X.
- Rahman, Angga. 2013. Keputusan Pembelian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian: Wordpress. (Online). (<https://angganurrahmanrockets.wordpress.com/>: Diakses 28 Mei 2020)
- Prasetya, A. 2000. Tinjauan Umum Restoran. Yogyakarta: Jurnal.
- Perwitasari, Z dan Agus H. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro. Semarang : ejournal.
- Prasetyo, W Nur. 2016. Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta: Artikel.
- Rachman, D Aditya. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). Semarang: Journal.
- Riyono, E Budiharja. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand