

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus merupakan bisnis wisata kuliner perorangan yang dirintis oleh Bapak Yusuf Sujadi dan mulai berdiri pada tahun 2002 sampai saat ini yang beralokasikan di jalan Gambang Rejo Desa Payaman Kudus, Bapak Yusuf Sujadi menekuni bisnis rumah makan ikan bakar ini benar-benar memulainya dari bawah berawal dari usaha kolam ikan lele yang pada waktu itu hanya menjual ikan lele mentahnya saja, Dengan adanya permintaan dari konsumennya yang meminta untuk di olahkan menjadi ikan bakar yang siap saji, Dari situ bapak Yusuf mempunyai inisiatif mengembangkan usahanya untuk menjadi lebih luas yaitu dengan membuka rumah makan dengan menu ikan bakar, yang saat ini telah berkembang dengan luas tanah 20 x 300 m², dan luas bangunan 16 x 50 m², Rumah makan ikan bakar Pajul Payaman Kudus ini sangat cocok untuk rombongan maupun individu, Desain yang dibuat oleh rumah makan ini berupa lesehan dengan tujuan untuk membuat konsumen merasa nyaman pada saat menyantap makanannya memberikan rasa nyaman seperti berada di rumah sendiri, Selain lesehan fasilitas yang di miliki rumah makan ikan bakar Panjul menyediakan ruangan VIP yang di gunakan baik untuk acara meeting, Ulang tahun dan untuk acara lainnya. Selain itu rumah makan Panjul juga menyediakan kursi khusus untuk pelanggan lansia, Rumah makan ini beroperasi mulai dari pukul 08.00 pagi – 00.00 malam WB, sistem kerjanya terbagi

2 shif, shif 1(08.00 – 15.00) , shif 2 (15.00 – 00.00), jumlah kariyawan yang dimiliki 7 orang yang terdiri dari 4 perempuan & 3 laki-laki.

Rumah makan ini akan sangat ramai di kunjungi pada saat hari- hari libur dan pada saat menjelang hari puasa, Rumah makan ikan bakar Panjul ini menyediakan masakan khusus untuk olahan khas berupa ikan bakar, adapun jenis-jenis ikannya seperti ikan lele, 1 47 ila dan Gurami, kebanyakan ikan nila yang paling banyak di pesan oleh konsumennya, selain menu berbagai jenis ikan di sediakan juga menu pelengkap seperti tempe, tahu, kiyong, kangkung, dan berbagain jenis minuman, Untuk menjaga kualitas mutunya bapak Yusuf memelihara sebagian ikannya sendiri dengan tujuan untuk menjaga agar ikan yang di olah adalah ikan yang sehat dan segar, Ikan baru akan di masak saat konsumen memesan. Berikut ini adalah daftar menu dan harga Rumah Makan Ikan Bakar Panjul:

Tabel 4.1

Daftar menu & harga Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus

| Jenis Menu | Harga |
|---|----------------------------|
| Ikan Lele bakar | Rp. 30.000/kg |
| Ikan Nila bakar | Rp. 38.000/kg |
| Ikan Gurami bakar | Rp. 58.000/kg |
| Ikan Nila kuah | Rp. 65.000/kg |
| Ikan Gurami 3 Rasa (pasmol, Asam manis, Pedas) | Rp. 80.000/kg |
| Keyong kuah | Rp. 7000/ porsi |
| Tomis kangkung | Rp. 5000/ porsi |
| Tempe goreng | Rp. 10.000/ porsi (5 biji) |
| Tahu goreng | Rp. 10.000/ porsi (5biji) |

Sumber : Hasil Wawancara Dari Pemilik Usaha

4.2. Diskripsi Responden

Setelah melakukan riset di tempat Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus responden yang ditemui dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Kudus dan juga sebagian ada yang dari luar kota Kudus yang telah makan dan membeli di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, artinya bahwa tidak hanya masyarakat di sekitar kota Kudus saja yang makan & membeli di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul namun juga ada dari sebagian dari luar kota Kudus, meskipun sebagian besar masyarakat kota Kudus yang makan & membeli di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul yang bisa menjadi responden dalam penelitian ini. Adapun jumlah responden yang telah ditetapkan adalah sebanyak 100 orang, besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus dari Widiyanto.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental Sampling* yaitu dimana bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dimana, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang pernah mengkonsumsi jasa/makanan pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus dan dipandang cocok menjadi sumber data yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Berikut adalah data-data yang akan disajikan yang berkaitan mengenai deskripsi responden. Responden dibagi menjadi 3 kategori yaitu : Jenis kelamin responden, Pekerjaan responden, Dan umur responden.

4.2.1. Diskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner kepada konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Panjul di dapat dijelaskan jenis kelamin responden sebagai berikut:

Tabel 4.2.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Kelamin

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid LAKI-LAKI | 53 | 53.0 | 53.0 | 53.0 |
| PEREMPUAN | 47 | 47.0 | 47.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.2.1 diketahui responden Laki-laki sebanyak 53 orang (53%), Perempuan sebanyak 47 orang (47%).

4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan seseorang dapat digunakan sebagai parameter seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Terlebih dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan misalnya saja dalam hal kebutuhan pokok untuk membeli makanan, Tabel dibawah ini menunjukkan pembagian responden berdasarkan pekerjaannya:

Tabel 4.2.2
Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|---------------------|---------------|-------------------|
| Pedagang/Wiraswasta | 57 | 57% |
| Pelajar/Mahasiswa | 25 | 25% |
| Ibu RT | 5 | 5% |
| Lain-lain | 13 | 13% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Berdasarkan tabel 4.2.2 diketahui responden memiliki berbagai banyak jenis bidang pekerjaan, persentasi terbanyak terdapat pada pedagang/wiraswasta

yaitu sebanyak 57 orang (57%), dan terendah terdapat pada ibu RT sebanyak 5 orang (5%).

4.2.3 Diskripsi Responden Berdasarkan Umur

Dari penelitian yang dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner kepada konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Panjul di dapat gambaran umum umur responden Tabel dibawah ini :

Tabel 4.2.3
Responden Berdasarkan Umur

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| <20 | 19 | 19.0 | 19.0 | 19.0 |
| >40 | 15 | 15.0 | 15.0 | 34.0 |
| 20-30 | 44 | 44.0 | 44.0 | 78.0 |
| 31-40 | 22 | 22.0 | 22.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.2.3 diketahui responden terbanyak pada umur 20 – 30 tahun sebanyak 44 orang (44%), dan responden terendah pada umur >40 tahun sebanyak 15 orang (15%).

4.3. Deskripsi Variabel

Untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh masing-masing responden mengenai variabel yang diteliti yaitu Variabel Produk (X1), Variabel Harga (X2), Variabel Promosi (X3), Variabel tempat (X4), Variabel Orang (X5), Variabel Lingkungan Fisik (X6), Variabel Proses (X7), Dan Variabel Keputusan

Pembelian (Y), maka dilakukan analisis deskriptif presentase atas jawaban

responden sebagai berikut :

4.3.1. Diskripsi Variabel Produk

Variabel Produk dalam penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *produk* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.1
Diskripsi Variabel Produk

| | P1 | | P2 | | P3 | |
|---------------------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent |
| sangat tidak setuju | | | 1 | 1.0 | | |
| tidak setuju | 1 | 1.0 | 5 | 5.0 | 6 | 6.0 |
| Netral | 13 | 13.0 | 11 | 11.0 | 11 | 11.0 |
| Setuju | 59 | 59.0 | 58 | 58.0 | 40 | 40.0 |
| sangat setuju | 27 | 27.0 | 25 | 25.0 | 43 | 43.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.1 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P1) *produk bersih* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 59 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 1 orang. (P2) *makanan enak* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 58 responden, dan skor terendah pada (STS/1) sebanyak 1 orang dari 100 responden. (P3) *produk sesuai pesanan* nilai terbanyak diperoleh

dengan skor (SS/5) sebanyak 43 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 6 orang.

4.3.2 Diskripsi Variabel Harga

Variabel Harga dalam penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *harga* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.2
Diskripsi Variabel Harga

| | P4 | | p5 | | p6 | |
|-------|---------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|
| | Frequenc y | Percent | Frequenc y | Percent | Frequenc y | Percent |
| Valid | | | | | 1 | 1.0 |
| | | | | | 2 | 2.0 |
| | 1 | 1.0 | 1 | 1.0 | 12 | 12.0 |
| | 5 | 5.0 | 10 | 10.0 | 53 | 53.0 |
| | 45 | 45.0 | 55 | 55.0 | 32 | 32.0 |
| | 49 | 49.0 | 34 | 34.0 | 32 | 32.0 |
| | 49 | 49.0 | 34 | 34.0 | 32 | 32.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.2 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P4) *harga terjangkau* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (SS/5) sebanyak 49 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 1 orang. (P5) *harga tidak terlalu mahal* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 55 responden, dan skor terendah pada (TS/2) sebanyak 1 orang dari 100 responden. (P6) *harga sesuai jenis produk* nilai

terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 53 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (STS/1) sebanyak 1 orang.

4.3.3. Diskripsi Variabel Promosi

Variabel Promosi dalam penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *promosi* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.3
Diskripsi Variabel Promosi

| | p7 | | p8 | | p9 | |
|-------|---------------|---------|-----------|---------|---------------|---------|
| | Frequenc y | Percent | Frequency | Percent | Frequenc y | Percent |
| | | | 1 | 1.0 | | |
| | | | 7 | 7.0 | 9 | 9.0 |
| Valid | 14 | 14.0 | 19 | 19.0 | 16 | 16.0 |
| | 69 | 69.0 | 58 | 58.0 | 46 | 46.0 |
| | 9 | 9.0 | 15 | 15.0 | 29 | 29.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.3 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P7) *pengiklanan mudah dimengerti* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 69 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 8 orang. (P8) *kemenarikan iklan* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 58 responden, dan skor terendah pada (STS/1) sebanyak 1 orang dari 100 responden. (P9) *word of mouth* nilai terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 46 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 9 orang.

4.3.4. Diskripsi Variabel Tempat

Variabel Tempat dalam penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *tempat* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.4
Diskripsi Variabel Tempat

| | P10 | | p11 | | P12 | | |
|-------|---------------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-------|
| | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent | |
| Valid | | | | | | | |
| | sangat tidak setuju | 1 | 1.0 | 1 | 1.0 | 1 | 1.0 |
| | tidak setuju | 9 | 9.0 | 16 | 16.0 | 13 | 13.0 |
| | Netral | 15 | 15.0 | 14 | 14.0 | 10 | 10.0 |
| | Setuju | 61 | 61.0 | 59 | 59.0 | 58 | 58.0 |
| | sangat setuju | 14 | 14.0 | 10 | 10.0 | 18 | 18.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.4 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P10) *lokasi mudah ditemukan* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 61 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang diperoleh dengan skor (STS/1) sebanyak 1 orang. (P11) *lokasi strategis* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 59 responden, dan skor terendah pada (STS/1) sebanyak 1 orang dari 100 responden. (P12) *lokasi dapat langsung terlihat dari*

jalan desa Payaman nilai terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 58 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (STS/1) sebanyak 1 orang.

4.3.5. Diskripsi Variabel Orang

Variabel Orang dalam penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *orang* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.5
Diskripsi Variabel Orang

| | P13 | | p14 | | P15 | |
|-------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent |
| | | | | | 1 | 1.0 |
| | | | | | 2 | 2.0 |
| Valid | 10 | 10.0 | 9 | 9.0 | 11 | 11.0 |
| | 55 | 55.0 | 46 | 46.0 | 45 | 45.0 |
| | 33 | 33.0 | 37 | 37.0 | 41 | 41.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.5 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P13) *karyawan sedia dan siap membantu* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 55 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang

diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 2 orang. (P14) *karyawan cepat tanggap* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 46 responden, dan skor terendah pada (TS/2) sebanyak 8 orang dari 100 responden. (P15) *karyawan ramah dan sopan* nilai terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 45 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (STS/1) sebanyak 1 orang.

4.3.6. Diskripsi Variabel Lingkungan Fisik

Variabel Lingkungan Fisik dalam penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *lingkungan fisik* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.6
Diskripsi Variabel Lingkungan Fisik

| | P16 | | p17 | | P18 | |
|-------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent |
| | | | 1 | 1.0 | | |
| | | | 10 | 10.0 | 9 | 9.0 |
| Valid | 12 | 12.0 | 15 | 15.0 | 17 | 17.0 |
| | 20 | 20.0 | 38 | 38.0 | 52 | 52.0 |
| | 52 | 52.0 | 36 | 36.0 | 22 | 22.0 |
| | 16 | 16.0 | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 |
| | 100 | 100.0 | | | | |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.6 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P16) *desain dan tata ruang menarik* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 52 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 12 orang. (P17) *sarana tempat parkir luas* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 38 responden, dan skor terendah pada (STS/1) sebanyak 1 orang dari 100 responden. (P18) *kebersihan lingkungan* nilai terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 52 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 9 orang.

4.3.7. Diskripsi Variabel Proses

Variabel Proses dalam penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *proses* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.7

Diskripsi Variabel Proses

| | p19 | | p20 | | P21 | |
|--|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent |
| | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-------|---------------------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|
| | sangat tidak setuju | | | 1 | 1.0 | 2 | 2.0 |
| | tidak setuju | 4 | 4.0 | 10 | 10.0 | 10 | 10.0 |
| Valid | Netral | 10 | 10.0 | 17 | 17.0 | 14 | 14.0 |
| | Setuju | 53 | 53.0 | 40 | 40.0 | 52 | 52.0 |
| | sangat setuju | 33 | 33.0 | 32 | 32.0 | 22 | 22.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 | 100 | 100.0 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.7 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P19) *proses pembayaran cepat* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 53 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 4 orang. (P20) *proses penyajian cepat* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 40 responden, dan skor terendah pada (STS/1) sebanyak 1 orang dari 100 responden. (P21) *pesanan diproses dengan benar* nilai terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 52 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (STS/1) sebanyak 2 orang.

4.3.8 Diskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini diukur dengan 5 (lima) indikator / pertanyaan. Hasil skor menggunakan acuan skala likert terhadap tanggapan responden mengenai *keputusan pembelian* pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dapat dijelaskan dibawah ini :

Tabel 4.3.8
Diskripsi Variabel Keputusan Pembelian

| | P22 | p23 | p24 | p25 | P26 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Frequency | Frequency | Frequency | Frequency | Frequency |
| sangat tidak setuju | | 2 | | 1 | |
| tidak setuju | 2 | 11 | 6 | 2 | 7 |
| Netral | 8 | 30 | 19 | 11 | 17 |
| Setuju | 48 | 36 | 58 | 51 | 47 |
| sangat setuju | 42 | 21 | 17 | 35 | 29 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.3.8 dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap (P22) *melakukan keputusan pembelian karena kebutuhan dan keinginan* nilai Hubungan terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 48 orang , dan dari 100 orang nilai terendah yang diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 2 orang. (P23) *melakukan keputusan pembelian karena pengaruh iklan yang baik* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 36 responden, dan skor terendah pada (STS/1) sebanyak 2 orang dari 100 responden. (P24) *melakukan keputusan pembelian karena pendapat dan saran dari orang lain* nilai terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 58 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 6 orang. (P25) *setelah melakukan keputusan pembelian konsumen merasa puas* nilai skor terbanyak diperoleh dari (Setuju/4) sebanyak 51 responden, dan skor terendah pada (STS/1) sebanyak 1 orang dari 100 responden. (P26) *setelah melakukan keputusan pembelian konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain* nilai terbanyak diperoleh dengan skor (Setuju/4) sebanyak 47 orang, sedangkan nilai terendah diperoleh dengan skor (TS/2) sebanyak 7 orang.

4.4. Analisis Data

4.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.4.1.1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan software IBM SPSS 20. Uji Validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai hasil perhitungan SPSS dengan r tabel. Nilai pada kolom *Corrected Item Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* atau yang disebut dengan nilai r hitung dibandingkan dengan nilai pada r tabel. Suatu indikator (pertanyaan atau pernyataan) dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item Total Correlation* atau r hitung lebih besar dari pada nilai pada r tabel, begitu pula sebaliknya jika r tabel lebih besar dari r hitung maka indikator dinyatakan tidak valid (Sarjono & Julianita, 2011, p. 45). Adapun hasil Uji Validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4.1.1
Hasil Uji Validitas

| Item-Total Statistics | | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|---------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted | R Tabel |
| P1 | 99,62 | 188,076 | ,624 | ,944 | 0,165 |
| P2 | 99,73 | 183,290 | ,719 | ,943 | 0,165 |
| P3 | 99,54 | 182,998 | ,683 | ,944 | 0,165 |
| P4 | 99,32 | 188,139 | ,638 | ,944 | 0,165 |
| P5 | 99,52 | 188,394 | ,601 | ,945 | 0,165 |
| P6 | 99,61 | 184,927 | ,675 | ,944 | 0,165 |
| P7 | 99,95 | 189,402 | ,499 | ,946 | 0,165 |
| P8 | 99,95 | 184,634 | ,647 | ,944 | 0,165 |
| P9 | 99,79 | 182,753 | ,662 | ,944 | 0,165 |
| P10 | 99,96 | 184,907 | ,621 | ,944 | 0,165 |

| | | | | | |
|-----|--------|---------|------|------|-------|
| P11 | 100,13 | 184,761 | ,572 | ,945 | 0,165 |
| P12 | 99,95 | 183,038 | ,633 | ,944 | 0,165 |
| P13 | 99,55 | 193,482 | ,300 | ,947 | 0,165 |
| P14 | 99,62 | 191,329 | ,314 | ,948 | 0,165 |
| P15 | 99,52 | 192,474 | ,299 | ,948 | 0,165 |
| P16 | 100,02 | 184,464 | ,608 | ,944 | 0,165 |
| P17 | 99,76 | 180,467 | ,676 | ,944 | 0,165 |
| P18 | 99,87 | 183,670 | ,657 | ,944 | 0,165 |
| P19 | 99,59 | 183,982 | ,739 | ,943 | 0,165 |
| P20 | 99,82 | 177,907 | ,788 | ,942 | 0,165 |
| P21 | 99,92 | 182,155 | ,645 | ,944 | 0,165 |
| P22 | 99,44 | 185,905 | ,695 | ,944 | 0,165 |
| P23 | 100,11 | 178,463 | ,757 | ,943 | 0,165 |
| P24 | 99,88 | 187,642 | ,548 | ,945 | 0,165 |
| P25 | 99,57 | 182,934 | ,768 | ,943 | 0,165 |
| P26 | 99,76 | 181,295 | ,760 | ,943 | 0,165 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.4.1 menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item Total Correlation* atau *r* hitung lebih besar dari pada nilai pada *r* tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid atau memenuhi uji validitas.

4.4.2.1. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas suatu variabel atau acuan yang digunakan adalah nilai pada tabel *Reliability Statistics* kolom *Cronbach's Alpha*, suatu variabel dianggap reliabel jika nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* > **0,60** (Sarjono & Julianita, 2011, p. 45). Adapun hasil Uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4.2.1
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,946 | 26 |

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.4.2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari **0,6** sehingga konstruk / variabel memenuhi syarat untuk alat dikatakan memiliki kualifikasi realibel atau tetap atau tidak berubah-ubah, artinya bahwa alat / indikator tersebut dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten pada waktu pengukuran yang berbeda-beda.

4.4.3. Uji Asumsi Klasik

4.4.3.1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji antar variabel-variabel bebas dalam model regresi apakah ditemukan adanya korelasi, uji multikolinearitas perlu dikakukan apabila jumlah variabel bebasnya lebih dari 1 (satu) (Sarjono & Julianita, 2011, p. 70). Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan nilai *tolerance* didalam tabel *Coefficients*. Menganalisis korelasi antar variabel bebas, apabila nilai *tolerance* mendekati 1 (> 0.9), maka terdapat indikasi gejala multikolinearitas, serta melihat nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* apabila nilai < 10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas dan apabila nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikoleniaritas.

Adapun hasil Uji Multikolinearitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4.3.1
Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|--------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | PRODUK | ,294 | 3,398 |
| | HARGA | ,444 | 2,251 |
| | PROMOSI | ,322 | 3,107 |
| | TEMPAT | ,540 | 1,852 |
| | ORANG | ,337 | 2,970 |
| | LINGKUNGAN.F | ,360 | 2,780 |
| | PROSES | ,293 | 3,409 |

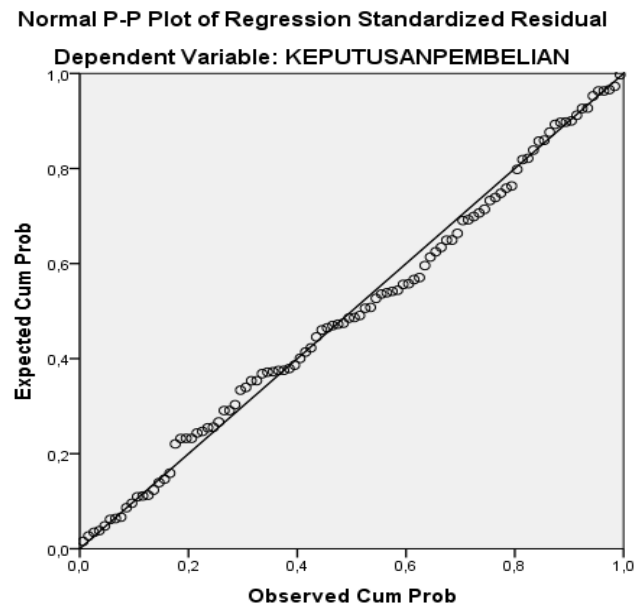
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.4.3.1 menunjukkan nilai *tolerance* kurang dari **0.9** dan nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* kurang dari **10**, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Jadi dapat dipastikan antar variabel-variabel bebas dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi.

4.4.3.2 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada *normal probability plot*, Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal tersebut menunjukkan distribusi normal, jika data menyebar jauh dari garis diagonal maka tidak menunjukkan distribusi normal. Adapun hasil Uji Normalitas adalah sebagai berikut :



Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

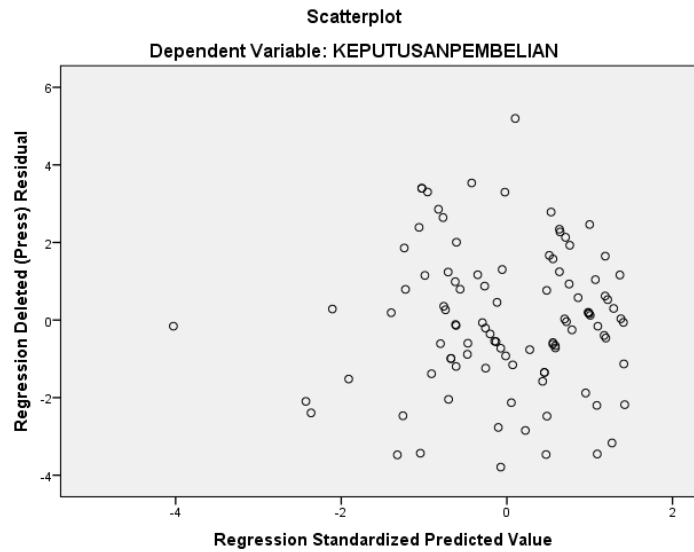
Gambar 4.4.3.2
Diagram Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.4.3.2 diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal tersebut menunjukkan distribusi normal. Untuk Uji Parametrik (Regresi berganda, Uji t, Uji F) data harus dipastikan terdistribusi normal sebelum dilakukan analisis data.

4.4.3.3 Uji Heterokedatisitas

Cara mengetahui ada tidaknya heterokedatisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot*. Analisis gambar *scatter plot* regresi linier berganda dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar secara acak baik dibagian atas angka nol atau dibagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y.

Adapun hasil dari uji heterokedatisitas adalah sebagai berikut:



Sumber : Data primer diolah IBM SPSS 20 (2017)

Gambar 4.4.3.3
Diagram Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 4.4.3.3 menunjukkan titik-titik data menyebar secara acak, baik dibagian atas angka nol dan di bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y, sehingga dapat ditarik kesimpulan tidak terjadi heterokedastisitas atau dengan kata lain terjadi homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedastisitas.

4.4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang pengukuran pengaruhnya melibatkan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2, X3, dan seterusnya) dan satu variabel terikat (Y) (Haryadi Sarjono & Winda Julianita, 2011, p.91). Nilai Konstanta dan Koefisien Regresi masing-masing

variabel mengacu pada hasil / output regresi linear berganda melalui perhitungan SPSS dalam tabel *Coefficients* pada kolom *Standardized Coefficients* kolom Beta.

Untuk mengetahui hasil dari analisis regresi liener berganda akan di tampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4.3.4
Hasil Analisis Regresi Liener Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardize d Coefficients | T | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|----------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -,981 | 1,371 | | -,716 | ,476 |
| Produk | ,346 | ,161 | ,203 | 2,149 | ,034 |
| Harga | ,424 | ,150 | ,217 | 2,818 | ,006 |
| Promosi | ,166 | ,164 | ,092 | 1,011 | ,315 |
| Tempat | ,092 | ,098 | ,066 | ,944 | ,348 |
| Orang | ,262 | ,137 | ,169 | 1,913 | ,059 |
| lingkunganFisik | ,478 | ,130 | ,314 | 3,662 | ,000 |
| Proses | -,044 | ,133 | -,031 | -,328 | ,744 |

a. Dependent Variable:keputusan pembelian

Dalam penelitian ini analisis Regresi Berganda menganalisis apakah variabel independen (produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik, dan proses) mempengaruhi variabel dependen yaitu (keputusan pembelian) pada pengunjung Rumah Makan Ikan Bakar Panjul Payaman Kudus.

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 0,203 + 0,217X_1 + 0,092X_2 + 0,066X_3 + 0,83X_4 + 0,169X_5 + 0,314X_6 + - 0,031X_7$$

Melalui persamaan regresi berganda tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut :

- 1) Koefisien regresi sebesar 0,203 menyatakan bahwa jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel produk (X1) maka keputusan pembelian akan meningkat .
- 2) Koefisien regresi sebesar 0,217 menyatakan bahwa jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel harga (X2) maka keputusan pembelian akan meningkat.
- 3) Koefisien regresi sebesar 0,092 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel promosi (X3) maka keputusan pembelian akan meningkat.
- 4) Koefisien regresi sebesar 0,066 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel tempat (X4) maka keputusan pembelian akan meningkat.
- 5) Koefisien regresi sebesar 0,169 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel orang (X5) maka keputusan pembelian akan meningkat.
- 6) Koefisien regresi sebesar 0,314 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel lingkungan fisik (X6) maka keputusan pembelian akan meningkat.
- 7) Koefisien regresi sebesar -0,031 menyatakan bahwa setiap penurunan 1 (satu) satuan pada variabel proses (X7) maka keputusan pembelian akan menurun.

4.4.3.5 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (produk,

harga, promosi, lokasi, orang, lingkungan fisik dan proses) secara bersama-sama mempengaruhi terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Uji F berdasarkan tabel ANOVA sebagai berikut :

Tabel 4.4.3.5
Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)

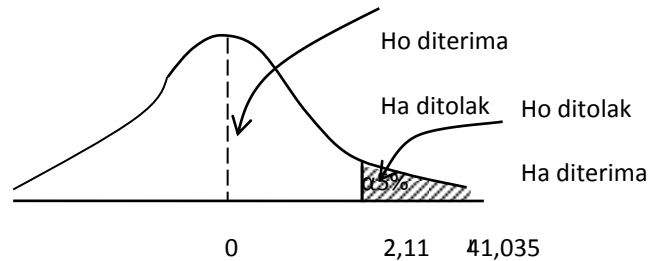
| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|---------|
| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. | F Tabel |
| 1 Regression | 851,717 | 7 | 121,674 | 41,035 | ,000 ^b | 2,11 |
| Residual | 272,793 | 92 | 2,965 | | | |
| Total | 1124,510 | 99 | | | | |

- a. Dependent Variable: keputusan pembelian
 b. Predictors: (Constant), proses, tempat, produk, harga, lingkunganF, orang, Promosi
 c. F tabel didapat dari hasil perhitungan sebelumnya

Berdasarkan tabel 4.4.3.5 dapat di uraikan hubungan variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses secara bersama-sama (simultan) berpengaruh/ signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul.

- a) Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($F_{hitung} = 41,035 > t_{tabel} = 2,11$), artinya variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses secara bersama-sama / simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (Ho ditolak Ha diterima).
- b) Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0.000 < 0.05$), artinya signifikan (Ho ditolak Ha diterima).

c) Nilai kritis distribusi uji F



4.4.3.6 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses) secara individual terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun hasil perhitungan melalui IBM SPSS 20 pada tabel *Coefficients* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4.3.6
Hasil Analisis Uji Parsial (Uji t)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|---------------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Nilai Tabel t |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | -,981 | 1,371 | | -,716 | ,476 | 1,660 |
| produk | ,346 | ,161 | ,203 | 2,149 | ,034 | 1,660 |
| harga | ,424 | ,150 | ,217 | 2,818 | ,006 | 1,660 |
| promosi | ,166 | ,164 | ,092 | 1,011 | ,315 | 1,660 |
| tempat | ,092 | ,098 | ,066 | ,944 | ,348 | 1,660 |
| orang | ,262 | ,137 | ,169 | 1,913 | ,059 | 1,660 |
| lingkunganF | ,478 | ,130 | ,314 | 3,662 | ,000 | 1,660 |
| proses | -,044 | ,133 | -,031 | -,328 | ,744 | 1,660 |

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

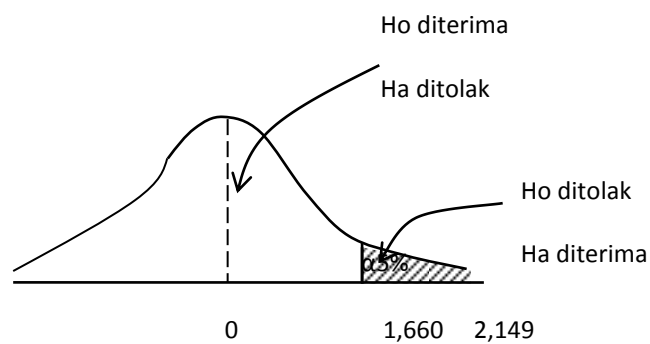
b. Nilai t tabel diperoleh dari perhitungan sebelumnya

Berdasarkan tabel 4.4.3.6 hasil pengujian melalui program IBM SPSS 20 dapat didiskripsikan sebagai berikut :

1) Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul

Berikut uraian variabel produk terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul :

- Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 2,149 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel produk secara parsial/individu berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (Ho ditolak Ha diterima).
- Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,034 < 0,05$), artinya signifikan.
- Nilai kritis distribusi variabel produk



Gambar 4.4.3.6
Grafik Nilai Kritis Distribusi Produk

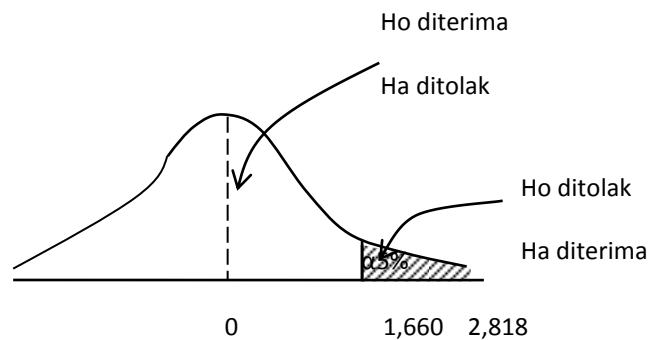
Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *variabel produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul*. Dengan demikian, Ho ditolak dan Ha diterima sehingga hipotesis pertama (H1)

diterima yaitu semakin baik dan berkualitas dalam pengolahan produk pada rumah makan ikan bakar panjul, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Makna Ikan Bakar Panjul

Berikut uraian variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul :

- Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 2,818 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_0 ditolak H_a diterima).
- Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,006 < 0,05$), artinya signifikan.
- Nilai kritis distribusi variabel harga



Gambar 4.4.3.7

Grafik Nilai Kritis Distribusi Harga

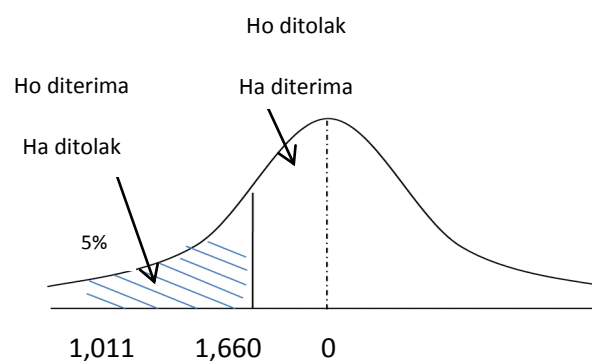
Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul*. Dengan

demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima yaitu semakin terjangkau harga pada rumah makan ikan bakar panjul, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

3) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul

Berikut uraian variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul :

- Nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($t_{\text{hitung}} = 1,011 < t_{\text{tabel}} = 1,660$), artinya variabel promosi secara parsial/individu tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_a ditolak H_0 diterima).
- Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($\text{sig.} = 0,658 > 0,05$), artinya tidak signifikan.
- Nilai kritis distribusi variabel promosi



Gambar 4.4.3.8

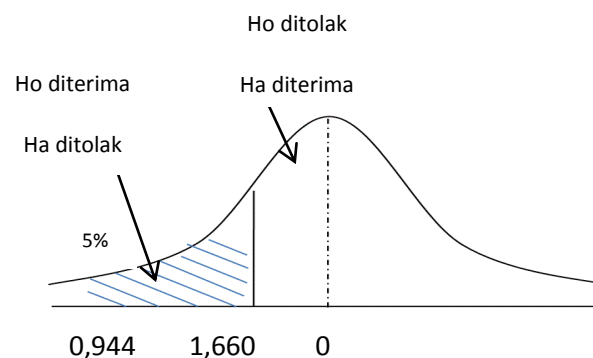
Grafik Nilai Kritis Distribusi Promosi

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *variabel promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul*. Dengan demikian, H_a ditolak dan H_o diterima sehingga hipotesis ketiga (H_3) ditolak yaitu semakin jarang promosi dilakukan pada rumah makan ikan bakar panjul, maka semakin turun keputusan pembelian.

4) Pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul

Berikut uraian variabel tempat terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul :

- Nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 0,944 < t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel tempat secara parsial/individu tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_a ditolak H_o diterima).
- Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($sig. = 0,348 > 0,05$), artinya tidak signifikan.
- Nilai kritis distribusi variabel tempat



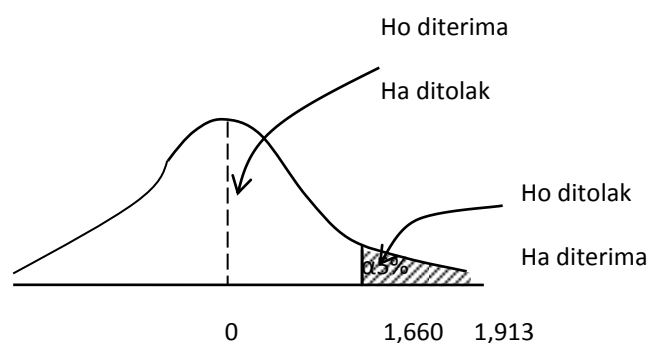
Gambar 4.4.3.9
Grafik Nilai Kritis Distribusi Tempat

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *variabel tempat tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul*. Dengan demikian, H_a ditolak dan H_o diterima sehingga hipotesis keempat (H_4) ditolak yaitu semakin sulit tempat/lokasi ditemukan pada rumah makan ikan bakar panjul, maka semakin turun keputusan pembelian

5) Pengaruh orang terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul

Berikut uraian variabel orang terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul :

- a) Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 1,913 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel orang secara parsial/individu berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_a ditolak H_o diterima).
- b) Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($sig. = 0,059 > 0.05$), artinya tidak signifikan.
- c) Nilai kritis distribusi variabel Orang



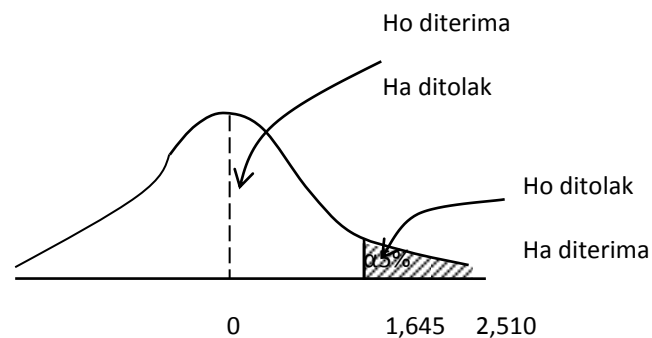
Gambar 4.4.3.10
Grafik Nilai Kritis Distribusi Orang

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *variabel orang berpengaruh tapi tidak signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul*. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga hipotesis kelima (H_5) diterima yaitu semakin ramah pelayanan orang/karyawan pada rumah makan ikan bakar panjul, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

6) Pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul

Berikut uraian variabel lingkungan fisik terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul :

- a) Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 3,662 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel lingkungan fisik secara parsial/individu berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_0 ditolak H_a diterima).
- b) Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,000 < 0,05$), artinya signifikan.
- c) Nilai kritis distribusi variable lingkungan fisik



Gambar 4.4.3.11

Grafik Nilai Kritis Distribusi Lingkungan Fisik

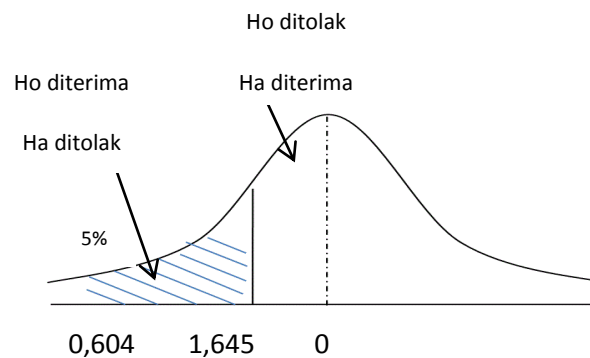
Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *variabel lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul*. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga hipotesis keenam (H_6) diterima yaitu semakin menarik desain dan kebersihan dari lingkungan fisik pada rumah makan ikan bakar panjul, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

7) Pengaruh proses terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul

Berikut uraian variabel proses terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul :

- a) Nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($t_{hitung} = -0,328 < t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel proses secara parsial/individu tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_a ditolak H_0 diterima).

- b) Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($\text{sig.} = 0,744 > 0,05$), artinya tidak signifikan (H_a ditolak H_0 diterima).
- c) Nilai kritis distribusi variabel proses



Gambar 4.4.3.12
Grafik Nilai Kritis Distribusi Proses

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *variabel proses tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul*. Dengan demikian, H_a ditolak dan H_0 diterima sehingga hipotesis ketujuh (H_7) ditolak yaitu semakin lama proses pelayanan pada rumah makan ikan bakar panjul, maka semakin turun keputusan pembelian.

4.4.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai Koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat rendah,

sedangkan nilai Koefisien determinasi (R^2) yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi (R^2) didapatkan dari output SPSS tabel *Model Summary* pada kolom *R Square*. Kelemahan mendasar pada koefisien determinasi adalah bias. Setiap tambahan 1 (satu) variabel independen maka nilai koefisien determinasi akan meningkat tidak peduli variabel dependen signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, sehingga sebagian peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 karena dinilai lebih bisa menjelaskan keterkaitan antar variabel (Ghozali, 2016, p. 95)

Untuk melihat hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) akan di jelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.4.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,870 ^a | ,757 | ,739 | 1,722 |

a. Predictors: (Constant), proses, tempat, produk, harga, lingkunganF, orang, promosi

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Berdasarkan tabel 4.4.3.7 diketahui koefisien determinasi (nilai Adjusted R square) diperoleh sebesar 0,739, Hal ini berarti 0,739 dikalikan 100% dengan hasil 73,9% keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik

dan proses. Sedangkan sisanya yaitu 26,1% (100% - 73,9%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan dari uji analisis regresi liener berganda dinyatakan bahwa dari masalah yang ingin di teliti yaitu analisis marketing mix terhadap keputusan pembelian, dari persamaannya, Koefisien regresi sebesar 0,203 menyatakan bahwa jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel produk (X1) maka keputusan pembelian akan meningkat .

Koefisien regresi sebesar 0,217 menyatakan bahwa jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel harga (X2) maka keputusan pembelian akan meningkat.

Koefisien regresi sebesar 0,092 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel promosi (X3) maka keputusan pembelian akan meningkat.

Koefisien regresi sebesar 0,066 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel tempat (X4) maka keputusan pembelian akan meningkat.

Koefisien regresi sebesar 0,169 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel orang (X5) maka keputusan pembelian akan meningkat

Koefisien regresi sebesar 0,314 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel lingkungan fisik (X6) maka keputusan pembelian akan meningkat.

Koefisien regresi sebesar -0,031 menyatakan bahwa setiap penurunan 1 (satu) satuan pada variabel proses (X7) maka keputusan pembelian akan menurun.

Berdasarkan uji F (simultan) dapat di uraikan hubungan variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, yaitu dengan melihat hasil dari nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($F_{hitung} = 41,035 > t_{tabel} = 2,11$), artinya variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses secara bersama-sama / simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_0 ditolak H_a diterima). Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,000 < 0,05$), artinya signifikan (H_0 ditolak H_a diterima).

Berdasarkan uji t (parsial) dari variabel Produk hasil nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 2,149 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel produk secara parsial/individu berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_0 ditolak H_a diterima). Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,034 < 0,05$), artinya signifikan.

Berdasarkan uji t (parsial) dari variabel harga hasil nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 2,818 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_0 ditolak H_a diterima). Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,006 < 0,05$), artinya signifikan.

Berdasarkan uji t (parsial) dari variabel promosi nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 1,011 < t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel promosi secara parsial/individu tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (Ha ditolak Ho diterima). Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($sig. = 0,315 > 0,05$), artinya tidak signifikan.

Berdasarkan uji t (parsial) dari variabel tempat Nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 0,944 < t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel tempat secara parsial/individu tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (Ha ditolak Ho diterima). Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($sig. = 0,348 > 0,05$), artinya tidak signifikan.

Berdasarkan uji t (parsial) dari variabel orang nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 1,913 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel orang secara parsial/individu berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (Ho ditolak Ha diterima). Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($sig. = 0,059 > 0,05$), artinya tidak signifikan.

Berdasarkan uji t (parsial) dari variabel lingkungan fisik nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} = 3,662 > t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel lingkungan fisik secara parsial/individu berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (Ho ditolak Ha diterima). Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,000 < 0,05$), artinya signifikan.

Berdasarkan uji t (parsial) dari variabel proses nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($t_{hitung} = -0,328 < t_{tabel} = 1,660$), artinya variabel proses secara parsial/individu tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul (H_a ditolak H_o diterima). Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($sig. = 0,744 > 0,05$), artinya tidak signifikan.

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) diketahui koefisien determinasi (nilai Adjusted R square) diperoleh sebesar 0,739, Hal ini berarti 0,739 dikalikan 100% dengan hasil 73,9% keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses. Sedangkan sisanya yaitu 26,1% ($100\% - 73,9\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian.