

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Tarissa *Coffe* didirikan pada tanggal 21 November 2012 dan berlokasi di Jl. Pemuda no. 44 Desa Panggang, Kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara, 59412, Jawa Tengah.

Sebelumnya Tarissa *Coffe* merupakan sebuah mini market dengan nama AssGros (Assalam Grosir) Tarissa dimana mini market ini bekerjasama dengan Assalam *Hypermarket* yang berada di Kartosuro, Solo. Persaingan yang makin ketat di pasar mini market menjadikan Assgros Tarissa gulung tikar karena sepi pembeli dan para pembeli lebih tertarik ke mini market yang lain yaitu *alfamart* dan *indomart*. Disamping persaingan mini market yang ketat dan sering bermunculan di daerah Jepara, stock barang yang dimiliki Assgros Tarissa yang sepenuhnya tidak berasal dari *Hypermarket* mengakibatkan perjanjian yang telah disepakati selesai.

Dengan demikian, melihat akan potensi di daerah Jepara yang masih jarang akan sebuah café dan mahal nya harga makanan di café menjadikan hal ini sebagai peluang untuk dapat berbisnis di bidang tersebut. Selain itu, melihat akan pasar yang sedang ramai dalam bisnis

dibidang kuliner menjadikan pemilik Tarissa (Affi Adilla) memutar otak agar ruangan yang tadinya mini market dapat disulap menjadi restoran. Dari hobi yang suka memasak dan suami yang gemar minum kopi dijadikan untuk mendirikan kedai ini. Tarissa *Coffe* tepatnya, nama ini diambil dari nama anaknya yang pertama yaitu Tarissa, dan mengapa *coffe* bukan resto atau kafe? Karena suami suka meracik dan minum kopi. Disamping itu pula karena belum adanya kedai kopi di Jepara.

1.1.2 Fasilitas dan Ketenaga Kerjaan

Tarissa *Coffe* memiliki beberapa fasilitas yaitu: *free Wifi* dan karaoke. *Free wifi* dapat pembeli gunakan dalam mengerjakan tugas sekolah, tugas kuliah, tugas kantor, bersantai hingga nonton film favorit maupun download lagu yang hits dan kekinian. Karaoke pun dapat dinikmati oleh keluarga maupun dengan teman-teman sekominuitas karena dengan ruangan yang luas jadi lebih nyaman.

Ketenaga kerjaan yang dimiliki Tarissa *Coffe* berjumlah 10 (sepuluh) tenaga kerja pada seluruh unit. Tenaga kerja ini terdiri dari Koki, Pembantu/Asisten Koki, *Waitress*, Kasir, *Juser*, *Cleaning Service* dan Manager. Mereka mempunyai peranan masing-masing sesuai dengan *Job Disk* perusahaan, sehingga dengan demikian pelayanan yang diberikan dapat berjalan dengan baik.

Dalam menentukan tempat duduk yang diinginkan oleh konsumen, *Tarissa Coffe* memberikan ruang yang nyaman untuk digunakan. Ruangan inilah yang dibagi menjadi 3 (tiga) ruang yaitu:

1. *Meeting room* – digunakan oleh para pelanggan yang lebih bersifat privat atau pribadi dan ruangan ini di fasilitasi dengan AC.
2. Ruang tengah – ruangan yang berada area tengah yang biasa digunakan oleh pelanggan untuk Karaoke, ruangan ini lebih cocok untuk keluarga yang sedang *weekend*.
3. Gazebo/ruang depan – ruangan di bagian depan dengan menghadap ke jalan raya sehingga dapat melihat pemandangan sekitar dan menjadikan para pelanggan tidak jenuh. Ruangan ini biasanya diminati oleh para komunitas anak muda kekinian atau gaul.

1.1.3 Menu

Tarissa Coffe memiliki beragam jenis masakan, mulai dari masakan lokal (Indonesia) hingga *Western* (masakan barat), berikut daftarnya:

Tabel 4.1.3
Menu Masakan Tarissa Coffe

MENU	HARGA	MENU	HARGA
JUICE		SQUASH	
Alpukat	12,000	Orange	10,000
Durian	15,000	Starwberry	10,000
Mangga	11,000	Manggo	10,000
Sirsat	10,000	Lychee	10,000
Leci	12,000	Mocca	10,000
Naga	11,000	Grape	10,000
Strawberry	10,000	Lemon	10,000
Jus Kamijara	10,000	Vanilla	10,000
Lemon	10,000	Melon	10,000
Nangka	10,000	FLOAT	
Nanas	10,000	Banana	16,000
Lumut	10,000	Strawberry	17,000
Jambu	10,000	Mocca Chocho	16,000
Semangka	10,000	Chocolate	16,000
Apel	10,000	Avocado	16,000
Melon	10,000	Mix Max	16,000
Oreo	10,000	Capucino	18,000
Oreo Combi	12,000	Mocacino	17,000
Coklat	10,000	Manggo	16,000
Coklat Combi	12,000	COKTAIL	
Jeruk	9,000	Es Tarissa	15,000
Kweni	10,000	Es Teler	15,000
Pisang	10,000	Es Gaul	13,000
Coffe Mix	7,000	Sup Buah	15,000
Tomat	9,000	Es Cocktail	10,000
Wortel	9,000	Es Aluevera	10,000
Mix Jus 2 Buah	17,000	ES BLENDED	
Jus Mix 3 Buah	20,000	Soda Gembira	10,000
ICE CREAM		Soda Meriah	13,000
Plaint	7,000	Soda Karnaval	11,000
Ice Cream Oreo	10,000	Reggae Ice	10,000
Ice Cream Cokies	10,000	Pink Lady	16,000
Brownis Ice Cream	10,000	Black Mumba	10,000
Banana Split	14,000	Bumble Bee	12,000
Pot Mini	10,000	Deep Purple	12,000
Pot Jumbo	15,000	Blue Martin	10,000

Mahkota Naga	10,000
Jack Fruit Oreo	15,000
Sandwich Ice Cream	13,000
MILK SHAKE	
Buble gum	16,000
Caramel	16,000
Chocolate	16,000
Tiramissu	16,000
Hazelnut	16,000
Mocca	16,000
Strawberry	16,000
Durian	16,000
Oreo	15,000
Blackcurent	16,000
TEA	
Ice/hot tea	5,000
Gingger tea	7,000
Milk Tea	7,000
Tarik Tea	10,000
Soda Tea	9,000
Sereh	9,000
Rempah	9,000
Papermint tea	9,000
Thailand tea	10,000
Leci tea	11,000
Strawberry tea	9,000
Manggo tea	9,000
Lemon tea	9,000
Chocolate tea	11,000
Fruit tea	11,000
SPECIAL COFFE	
Cappucino ori (Ice/Hot)	15,000
Cappucino Mint	16,000
Cappucino Caramel	15,000
Cappucino Huzelnut	16,000
Cappucino Green Tea	16,000
Cappucino Black Current	15,000
Frapucino Huzelnut (ice)	15,000
Frapucino Buble gum	15,000
Frapucino Tiramisu	15,000
Frapucino Black Current	16,000

Liquid Blue	10,000
Rainbow Ice	10,000
Orange Blue	10,000
Buah Blue	14,000
Es Bland Green Tea	17,000
Es Bland Durian	17,000
FantasiBlue Core	17,000
Es Pikacu	10,000
Red Valfet	17,000
COKLAT	
Coklat Ori	10,000
Coklat Tarissa	12,000
Coklat Lumpur	13,000
Coklat Cinta	12,000
Coklat Strawberry	12,000
Coklat Leci	12,000
Coklat Orange	12,000
Coklat Mocca	12,000
Coklat Huzelnut	12,000
Coklat Tiramissu	12,000
Coklat Caramel	12,000
WEDANG	
Jahe	7,000
Jahe Susu	8,000
Nipis	7,000
Jeruk	7,000
Larahan	10,000
Tomat	6,000
Susu Coklat	6,000
Susu Putih	6,000
BLACK NUSANTARA	
Black Coffe	10,000
Flores	10,000
Bali Kalimantan	10,000
Aceh	10,000
Kopi Lampung	10,000
Moccacino	15,000
Toraja	10,000
Java Arabica	10,000
Java Mocca	10,000
Mandheling	10,000

Coffe Late (Ice/Hot)	15,000
Vanilla Latte	16,000
Java Latte	16,000
Straberry Latte	16,000
Green Tea Latte	16,000
Red Velvet Latte	16,000
Banana Flip	15,000
Espresso	13,000
Maciato	15,000
Avogato	15,000
Romano	14,000
Americano	13,000
Kopi Krimer	10,000
Kopi Susu	13,000
Kopsuja	12,000
Kopi Luwak	30,000
SNACK	
French Fries	13,000
Jamur Crispy	14,000
Tahu Bakso	12,000
Sosis Goreng	9,000
Sosis Mayo	12,000
Sosis Sumut	17,000
Nugget	10,000
Mendoan	12,000
Tahu Kriuk	12,000
Onion Ring	12,000
Rondo Royal Cheese	15,000
Sosis Bakar	16,000
Baso Bakar	15,000
Singkong Presto Ori	13,000
Singpres Coklat	14,000
Singpres Keju	15,000
Singpres Coklat Keju	16,000
Pisang Goreng Ori	12,000
Pisang Goreng Coklat	13,000
Pisang Goreng Keju	14,000
Pisang Goreng C & K	15,000
Pisang Goreng Ice Cream	17,000
Pisang Bakar Coklat	12,000
Pisang Bakar Keju	13,000

Lintong	10,000
SIRUP	
Frambos	6,000
Mangga	6,000
Anngur	6,000
Leci	6,000
Melon	6,000
Mocca	6,000
Vanilla	6,000
Strawberry	6,000
FOOD	
Nasi Putih	5,000
Telur Ceplok / dadar	5,000
Kerupuk	3,000
SOUP	
Tomyam Ayam	20,000
Tomyam Seafood	25,000
Sup Ayam Tarissa	15,000
Sup Ikan Pedas Manis	17,000
Sup Sapi Tarissa	20,000
NASI GORENG	
Nasi Goreng Tarissa	15,000
Nasi Goreng Ayam	13,000
Nasi Goreng Sosis	13,000
Nasi Goreng Seafood	18,000
Nasi Goreng Kambing	17,000
Nasi Goreng Spesial	17,000
Nasi Goreng Babat	17,000
Nasi Goreng Udang	18,000
Nasi Goreng Ikan Asin	15,000
Nasi Goreng Selimut	17,000
Nasi Goreng Hongkong	16,000
Nasi Goreng Vegetable	13,000
BIHUN	
Bihun Goreng Ayam	15,000
Bihun Goreng Seafood	18,000
Bihun Goreng Sosis	14,000
Bihun Goreng Spesial	18,000
SPELIAL MIE	
Mie Ayam Jamur	15,000
Mie Ayam Pangsit	17,000

Pisang Bakar C & K	14,000
Banana Roll	16,000
Banana Stik (blueberry, caramel, strawberry)	15,000
ROTI	
Roti Bakar Coklat	11,000
Roti Bakar Keju	12,000
Roti Bakar C & K	14,000
Rotbak Pisang Coklat	14,000
Rotbak Pisang Keju	15,000
Rotbak Pisang C&K	16,000
Roti Bakar Strawberry	11,000
Roti Bakar Blueberry	11,000
Roti Goreng Coklat	15,000
Roti Goreng keju	15,000
Roti Goreng Strawberry	15,000
WAFEL	
Wafel Ice Cream Oreo	12,000
Wafel Banana Ice Cream	16,000
Wafel Coklat	11,000
Wafel Keju	12,000
Wafel Coklat Keju	13,000
Wafel with Banana Cheese	16,000
Wafel Vanilla Ice Cream	13,000
PANCAKE	
Pancake Coklat	11,000
Pancake Keju	12,000
Pancake Coklat Keju	13,000
Pancake Oreo	13,000
Pancake Caramel	13,000
Banana Pancake with Ice Cream	15,000
VEGETABLE	
Capjay Ori	15,000
Capjay Ayam	17,000
CapjaySeafood	19,000
Capjay Spesial	19,000
Cah Brokoli	16,000
Cah Brokoli Ayam	17,000
Cah Brokoli Seafood	19,000
Cah Brokoli Beef	20,000
Sapo Tahu Oi	16,000

Mie Ayam Teriyaki	18,000
Spicy Hotplate Mie	15,000
Ifu Mie (ayam)	17,000
Mie Rebus/Goreng Ayam	14,000
Mie Rebus/Goreng Sosis	13,000
Mie Rebus/Goreng Seafood	18,000
Mie Rebus/Goreng Sapi	18,000
Mie Rebus/Goreng Spesial	18,000
KWITIAU	
Kwitiau Goreng/Kuah Ayam	14,000
Kwitiau Goreng/Kuah Sosis	13,000
Kwitiau Goreng/Kuah Seafood	18,000
Kwitiau Goreng/Kuah Sapi	18,000
Kwitiau Goreng/Kuah Spesial	18,000
Kwitiau Siram Ayam	16,000
Kwitiau Siram Seafood	18,000
Kwitiau Siram Sapi	18,000
Kwitiau Siram Spesial	18,000
NASI	
Chicken Katsu Teriyaki Sauce	15,000
Nasi Ayam Teriyaki	20,000
Nasi Beef Teriyaki	22,000
Nasi Ayam Telur Asin	20,000
Nasi Udang Telur Asin	21,000
Nasi Cumi Telur Asin	21,000
Nasi Ayam Lada Hitam	20,000
Nasi Sapi Lada Hitam	22,000
Dory Lada Hitam	20,000
Cumi Lada Hitam	22,000
Nasi Ayam Rica-rica	20,000
Nasi Ayam Lombok Ijo	20,000
Bistik Ayam	17,000
Bistik Sapi	20,000
Gongso Ayam + Nasi	20,000
Gongso Babat + Nasi	21,000
Ayam Asam Manis + Nasi	20,000
Cumi Asam Manis + Nasi	22,000
Udang Asam Manis + Nasi	22,000
Ayam Saos Padang + Nasi	20,000
Cumi Saos Padang + Nasi	22,000

Sapo Tahu Ayam	18,000	Udang Saos Padang + Nasi	22,000
Sapo Tahu Seafood	20,000	Ayam Mentega + Nasi	20,000
Sapo Tahu Beef	21,000	Cumi Mentega + Nasi	22,000
PIZZA & BURGER		Udang Mentega + Nasi	22,000
Pizza Tarissa	45,000	Ayam Saos Wijen + Nasi	20,000
Pizza Seafood	45,000	Udang Saos Wijen + Nasi	22,000
Pizza Vegetable	40,000	Cumi Saos Wijen + Nasi	22,000
Burger	15,000	STEAK	
Burger Cheese	16,000	Crispy Chicken steak	22,000
Burger Jumbo	17,000	Crispy Chicken Steak.T	22,000
Burger Jumbo Cheese	18,000	Tanderloin Dteak	27,000
Hot dog	17,000	Crispy Beef Stea	22,000
PASTA		Chicken Cordon Blue	30,000
Spaghetti Bolognes	20,000		
Spaghetti Marinara	20,000		
Spaghetti Seafood	20,000		

Sumber : Tarissa *Coffe*, 2017

1.2 Deskripsi Responden

1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Tarissa *Coffe*, menghasilkan data sebagai berikut sesuai dengan jenis kelamin para konsumen:

Tabel 4.2.1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	37	40
Perempuan	55	60
Jumlah	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2.1 responden terbanyak adalah responden perempuan yaitu sebanyak 55 orang dengan presentase 60% sedangkan responden laki-laki hanya 37 orang dengan presentase 40%.

1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur/ Usia

Siklus hidup seseorang dapat dilihat dari usia. Pada usia tertentu dapat diketahui perilaku maupun kebutuhan orang tersebut, salah satunya adalah menentukan keputusan pembelian. Adapun pembagian responden berdasarkan usia dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4.2.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur/ Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Presentase
< 20	10	11
20 – 30	25	27
31 – 40	24	26
> 40	33	36
Jumlah	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Bersadarkan tabel 4.2.2 dapat diketahui sebagian responden < 20 tahun yaitu 10 orang (10%), 20 – 30 tahun yaitu 25 orang (27%), 31 – 40 tahun sebesar 24 orang (26%) sedangkan usia yang paling menentukan dalam pemutusan pembelian adalah usia diatas 40 tahun yaitu sebesar 36%.

1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Seseorang dapat menentukan pembelian yang lebih selektif dan menilai sesuatu yang lebih jeli dapat digambarkan melalui tingkat pendidikan yang ditempuh. Tingkat pendidikan responden dapat dibagi berdasarkan kelompok sebagai berikut:

Tabel 4.2.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	17	18
SMP	42	46
SMA	17	18
Diploma / Sarjana	16	17
Jumlah	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Data tabel 4.2.3 menunjukkan bahwa data responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah SD 17 orang (18%), SMP 42 orang (46%), SMA 17 orang (18%), dan Diploma / Sarjana 16 orang (17%).

1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen *Tarissa Coffe*, menghasilkan data sebagai berikut berdasarkan dengan pekerjaan para responden:

Tabel 4.2.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	13	14
Karyawan Perusahaan	12	13
Pegawai Negeri	8	9
Ibu Rumah Tangga	18	20
Wiraswasta	21	23
Lainnya	20	22
Jumlah	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Melihat tabel 4.2.4 dapat diketahui bahwa pembeli yang banyak melakukan pembelian di *Tarissa Coffe* adalah yang memiliki pekerjaan Wiraswasta yaitu sebesar 23%. Pekerjaan merupakan salah

satu parameter konsumen yang digunakan untuk melakukan pembelian selain pendidikan.

1.3 Deskripsi Variabel

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 92 responden di Tarissa Coffe melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan skala likert. Jawaban yang diberikan responden kemudian diberi skor dengan teknik *agree-disagree scale* dengan mengembangkan pernyataan yang menghasilkan jawaban setuju- tidak setuju dalam berbagai rentang nilai, skor yang diberikan adalah sebagai berikut: sangat setuju (5), setuju (4), biasa saja (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

1.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Variabel *Kualitas Produk* pada penelitian ini diukur dengan 7 (tujuh) pertanyaan yang merepresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil skoring terhadap tanggapan responden mengenai *Kualitas Produk* di Tarissa Coffe, dijelaskan di bawah ini:

Tabel 4.3.1
Hasil Deskripsi Kualitas Produk

No.	Jumlah Skor	Kualitas Produk													
		P1		P2		P3		P4		P5		P6		P7	
		Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc
1	SS (5)	7	8	2	2	5	5	8	9	14	15	1	1	1	1
2	S (4)	34	37	51	55	27	29	47	51	52	57	37	40	19	21
3	N (3)	42	46	36	39	46	50	31	34	16	17	30	33	32	35
4	TS (2)	8	9	3	3	12	13	4	4	10	11	24	26	38	41
5	STS (1)	1	1	0	0	2	2	2	2	0	0	0	0	2	2
Total Skor / presentase		92	100	92	100	92	100	92	100	92	100	92	100	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3.1 dapat disimpulkan bahwa pada Pertanyaan 1 *Produk unggulan menjadi andalan di kafe karena tidak terdapat di kafe lainnya*, sebagian besar responden (46%) menjawab netral dan hanya 1 responden dari 92 yang menjawab sangat tidak setuju. Pertanyaan 2 *Kualitas produk yang disajikan memiliki daya tahan yang lama*, jawaban yang diberikan responden (55%) sebagian besar adalah setuju. Pertanyaan 3 *Kualitas rasa yang enak dan lezat*, responden disini lebih banyak untuk menjawab netral (50%) dan responden yang menjawab sangat tidak setuju hanya 2 (dua) orang dari 92 responden. Pertanyaan 4 *Porsi makanan yang pas dan sesuai takaran*, sekitar 47 responden atau 51% menjawab setuju dan hanya 2 orang responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pertanyaan 5 *Bentuk dan penampilan yang disajikan menarik*, 57% responden banyak yang menjawab setuju. Pertanyaan 6 *Aroma makanan dapat meningkatkan selera makan*, sebagian besar responden (40%) menjawab setuju. Pertanyaan 7 *Keamanan dalam mengkonsumsi makanan dan minuman terjamin untuk kesehatan*, sebagian besar responden (41%) menjawab tidak setuju dan respondeng yang menjawab setuju hanya 21%.

1.3.2 Deskripsi Variabel Harga

Variabel *Harga* pada penelitian ini diukur dengan 3 (tiga) pertanyaan yang mepresentasikan indikator-indikator dari variabel

tersebut. Hasil skoring terhadap tanggapan responden mengenai *Harga* di Tarissa *Coffe*, dijelaskan di bawah ini:

Tabel 4.3.2
Hasil Deskripsi Harga

No.	Jumlah Skor	Harga					
		P1		P2		P3	
		Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc
1	Sangat Setuju (5)	13	14	10	11	4	4
2	Setuju (4)	45	49	42	46	27	29
3	Netral (3)	24	26	32	35	28	30
4	Tidak Setuju (2)	10	11	7	8	32	35
5	Sangat Tidak Setuju (1)	0	0	1	1	1	1
Total Skor / presentase		92	100	92	100	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3.2 dapat disimpulkan bahwa pada Pertanyaan 1 *Harga yang ditetapkan dan terjangkau sesuai dengan harga pasar*, sebagian besar responden (49%) menjawab setuju. Pertanyaan 2 *Harga sesuai dengan kualitas produk*, jawaban yang diberikan responden sebagian besar adalah setuju yaitu 46% dan hanya 1 responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dari 92 responden. Pertanyaan 3 *Harga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis*, sebagian besar responden (35%) menjawab tidak setuju dan responden (29%) menjawab setuju.

1.3.3 Deskripsi Variabel Lingkungan Fisik

Variabel *Lingkungan Fisik* pada penelitian ini diukur dengan 4 (empat) pertanyaan yang mepresentasikan indikator-indikator dari

variabel tersebut. Hasil skoring terhadap tanggapan responden mengenai *Lingkungan Fisik* di *Tarissa Coffe*, dijelaskan di bawah ini:

Tabel 4.3.3
Hasil Deskripsi Lingkungan Fisik

No.	Jumlah Skor	Lingkungan Fisik							
		P1		P2		P3		P4	
		Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc
1	Sangat Setuju (5)	6	7	2	2	14	15	6	7
2	Setuju (4)	26	28	33	36	50	54	31	34
3	Netral (3)	42	46	32	35	18	20	37	40
4	Tidak Setuju (2)	18	20	24	26	10	11	12	13
5	Sangat Tidak Setuju (1)	0	0	1	1	0	0	6	7
Total Skor / presentase		92	100	92	100	92	100	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3.3 dapat disimpulkan bahwa pada Pertanyaan 1 *Desain kafe yang menarik* sebagian besar responden (46%) menjawab netral dan yang menyatakan setuju terdapat 28% responden saja dari 92 responden. Pertanyaan 2 *Tata ruang kafe yang nyaman*, jawaban yang diberikan responden sebagian besar adalah setuju yaitu 36% dan hanya 1 responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dari 92 responden. Pertanyaan 3 *Sarana tempat parkir yang memadai dan aman*, sebagian besar responden (54%) menjawab setuju dan responden (11%) menjawab tidak setuju. Pertanyaan 4 *Lingkungan kafe selalu bersih dan rapi*, 40% responden menjawab netral sedangkan 34% lainnya menjawab setuju.

1.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel *Keputusan Pembelian* pada penelitian ini diukur dengan 4 (empat) pertanyaan yang mepresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil *skoring* terhadap tanggapan responden mengenai *Keputusan Pembelian* di Tarissa Coffe, dijelaskan di bawah ini:

Tabel 4.3.4
Hasil Deskripsi Keputusan Pembelian

No.	Jumlah Skor	Keputusan Pembelian							
		P1		P2		P3		P4	
		Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc
1	Sangat Setuju (5)	10	11	9	10	8	9	5	5
2	Setuju (4)	52	57	49	53	26	28	29	32
3	Netral 3)	25	27	19	21	40	43	48	52
4	Tidak Setuju (2)	5	5	14	15	18	20	10	11
5	Sangat Tidak Setuju (1)	0	0	1	1	0	0	0	0
Total Skor / presentase		92	100	92	100	92	100	92	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3.4 dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertanyaan 1 *Penjual yang ramah, sopan, dan cepat tanggap dalam menghadapi konsumen*, sebagian besar responden (57%) menjawab setuju. Pertanyaan 2 *Kualitas, jenis, bentuk, dan jumlah produk yang terjamin kesehatannya menjadikan pilihan untuk membeli*, jawaban yang diberikan responden sebagian besar adalah setuju yaitu 49% dan hanya 1 responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dari 92 responden. Pertanyaan 3 *Pelayanan yang sederhana dan waktu pembayaran cepat*, sebagian besar responden (43%) menjawab netral

dan responden (28%) menjawab setuju. Pertanyaan 4 *Tersedianya EDC atau mesin gesek atm memudahkan pembayaran saat tidak tersedia uang tunai*, sebagian besar responden (52%) menjawab netral dan responden (32%) menjawab setuju.

1.4 Analisis Data

1.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1.4.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai hasil perhitungan SPSS dengan r_{tabel} . Perhitungan atau pengolahan data pada penelitian ini menggunakan software IBM SPSS 23. 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 atau pertanyaan maupun 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).

Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk atau variabel. Dimana dalam penelitian ini

terdapat jumlah sampel sebanyak 92 responden. Dengan demikian, $df = 92 - 4 = 88$. *Level of significance* (tingkat signifikan) 10% ($\alpha = 0,1$). Berdasarkan ketentuan tersebut maka diketahui nilai r_{tabel} adalah 0,1745. 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	Keterangan Hasil Uji Validitas
P1	57.48	66.384	.603	.873	Valid
P2	57.33	71.871	.262	.883	Valid
P3	57.66	64.665	.717	.868	Valid
P4	57.29	67.748	.494	.876	Valid
P5	57.13	69.587	.326	.883	Valid
P6	57.73	67.651	.480	.877	Valid
P7	58.12	65.579	.632	.871	Valid
P8	57.23	67.189	.497	.876	Valid
P9	57.32	68.790	.394	.880	Valid
P10	57.88	65.095	.594	.873	Valid
P11	57.67	67.035	.522	.875	Valid
P12	57.77	67.145	.495	.876	Valid
P13	57.15	67.625	.468	.877	Valid
P14	57.68	65.339	.543	.875	Valid
P15	57.16	69.259	.421	.879	Valid
P16	57.34	65.786	.563	.874	Valid
P17	57.63	66.170	.558	.874	Valid
P18	57.58	67.807	.536	.875	Valid

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Berdasarkan tabel 4.4.1.1 memperlihatkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan

bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan dapat memenuhi uji validitas atau valid.

1.4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki arti bahwa suatu alat dapat untuk mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten pada waktu pengukuran yang berbeda-beda (Sugiyono, 2008). Acuan yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu variabel atau konstruk adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* pada *Reliability Statistics* dengan klasifikasi nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Adapun hasil Uji Reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4.1.2
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	18

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Tabel 4.4.1.2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga semua variabel dapat dinyatakan reliabel sesuai dengan pengukuran data yang dapat menghasilkan hasil yang relatif tidak berbeda dan berubah jika dilakukan pengukuran terhadap objek yang sama serta untuk

mengukur kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur saat waktu pengukuran yang berbeda-beda.

1.4.2 Uji Asumsi Klasik

1.4.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu model regresi linier ganda terdapat korelasi antar variabel. Untuk menguji multikolonieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Nilai *tolerance* dan VIF merupakan nilai yang menunjukkan ada atau tidaknya multikolonieritas. Nilai *tolerance* harus diantara 0,0–1, atau sama dengan nilai VIF diatas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolonieritas nilai toleransinya harus lebih dari 0,10 atau nilai VIF lebih rendah dari 10 (Natanael, 2015). Adapun hasil Uji Multikolonieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4.2.1
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk (X1)	.444	2.254
Harga (X2)	.584	1.713
Lingkungan Fisik (X3)	.388	2.578

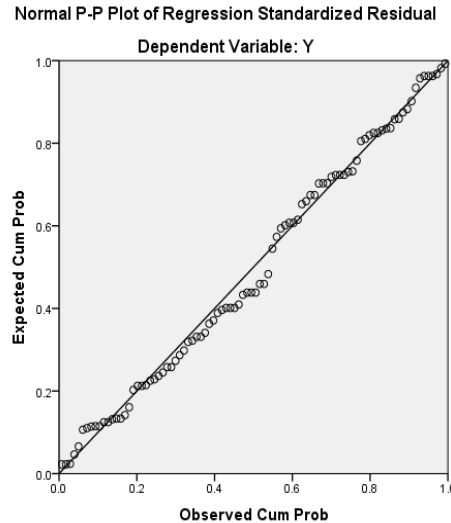
Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Berdasarkan tabel 4.4.2.1 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF lebih rendah dari 10 sehingga dapat disimpulkan data yang tidak terkena multikolonieritas. Jadi dapat dipastikan antar variabel-variabel bebas dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi.

1.4.2.2 Uji Normalitas

Kriteria diterimanya uji normalitas dapat dilihat pada *Normal Probability Plot*, jika menunjukkan bahwa data (titik – titik) menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah diagonal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Berikut Uji Normalitas yaitu sebagai berikut:



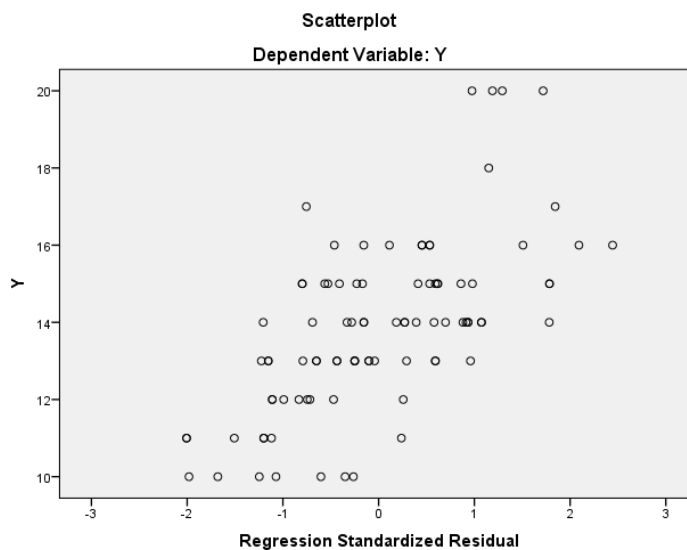
Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Gambar 4.4.2.2
Diagram Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.4.2.2 memperlihatkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal ini menunjukkan distribusi normal.

1.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Grafik *scatter plot* regresi linier berganda dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar di atas dan di bawah nol dan tidak pula membentuk suatu pola tertentu. Untuk mengetahui suatu model ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada pola grafik *scatter plot* sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Gambar 4.4.2.3
Diagram Heteroskedastisitas

Hasil dari pengujian Heteroskedastisitas gambar 4.4.2.3 menunjukkan bahwa titik - titik tersebut letaknya menyebar

diatas dan dibawah angka nol dan tidak membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar ataupun menyempit. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadi homokedastisitas.

1.4.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu rumusan masalah penelitian, rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Untuk menguji hipotesis dilakukan Uji t dan Uji F.

1.4.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen (kualitas produk/ harga/ lingkungan fisik) secara individual terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4.3.1
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.969	1.097		1.795	.076	
X1	.316	.067	.492	4.733	.000	
X2	.267	.105	.231	2.550	.013	
X3	.129	.106	.135	1.216	.227	

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

b. Independent Variabel: X1 (Kualitas Produk), X2 (Harga), X3 (Lingkungan Fisik)

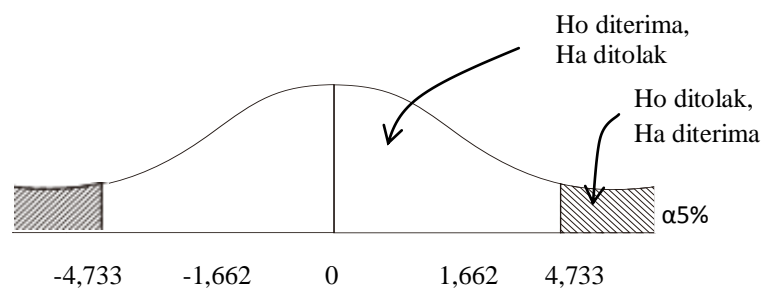
Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Berdasarkan tabel 4.4.3.1 hasil pengujian melalui program IBM SPSS 23 dapat didiskripsikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berikut adalah hasil pengujian statistik variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian:

- a. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} = 4,733 > t_{tabel} = 1,662$), artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (H_0 ditolak H_a diterima).
- b. Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0.000 < 0.05$), artinya adalah signifikan (H_0 ditolak H_a diterima).
- c. Nilai kritis distribusi variabel kualitas produk



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Gambar 1.4.3.1a

Grafik Nilai Kritis Distribusi Kualitas Produk

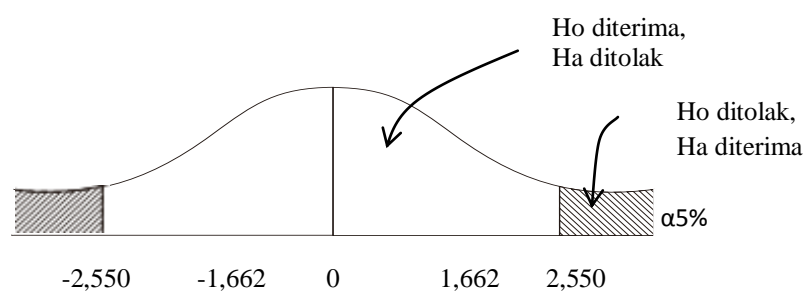
Berdasarkan uraian dan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Tarissa Coffe. Dengan demikian,

H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima yaitu semakin baik kualitas produk, maka semakin tinggi keputusan untuk membeli.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berikut adalah hasil pengujian statistik variabel harga terhadap keputusan pembelian:

- Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} = 2,550 > t_{tabel} = 1,662$), artinya variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (H_0 ditolak H_a diterima).
- Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,013 < 0,05$), artinya adalah signifikan (H_0 ditolak H_a diterima).
- Nilai kritis distribusi variabel harga



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Gambar 1.4.3.1b

Grafik Nilai Kritis Distribusi Harga

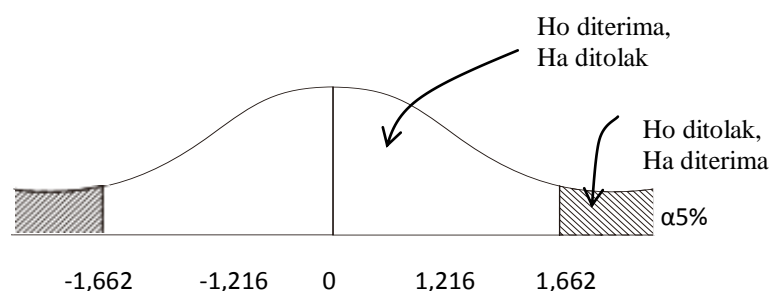
Berdasarkan uraian dan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap variabel

keputusan pembelian di *Tarissa Coffe*. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima yaitu semakin baik pengelolaan harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi keputusan untuk membeli.

3. Pengaruh Lingkungan Fisik terhadap Keputusan Pembelian

Berikut adalah hasil pengujian statistik variabel lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian:

- Nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} = 1,216 < t_{tabel} = 1,662$), artinya variabel lingkungan fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (H_0 diterima H_a ditolak).
- Nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi ($sig. = 0,223 > 0,05$), artinya adalah tidak signifikan (H_0 diterima H_a ditolak).
- Nilai kritis distribusi variabel lingkungan fisik



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Gambar 1.4.1.1c

Grafik Nilai Kritis Distribusi Lingkungan Fisik

Berdasarkan uraian dan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan fisik tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di *Tarissa Coffe*. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga hipotesis ketiga (H_3) tidak diterima.

1.4.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel independen (kualitas produk, harga dan lingkungan fisik) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil pengujian statistik Uji F berdasarkan tabel ANOVA adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4.3.2
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.219	3	88.073	40.169	.000 ^b
	Residual	192.944	88	2.193		
	Total	457.163	91			

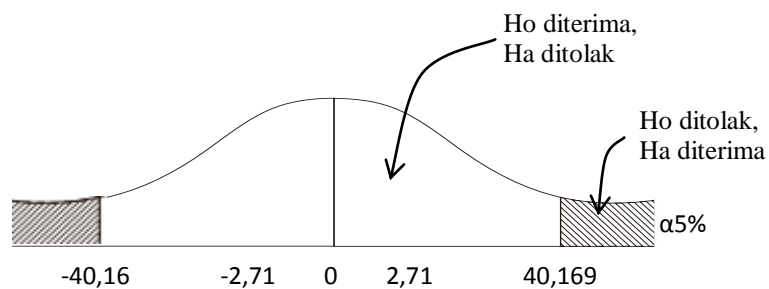
a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Tabel 4.4.3.2 menunjukkan hasil bahwa hubungan antara variabel kualitas produk, harga, dan lingkungan fisik secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian di *Tarissa Coffe*, hal ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($F_{hitung} = 40,169 > F_{tabel} = 2,71$), artinya bahwa variabel kualitas produk, harga dan lingkungan fisik secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi ($sig. = 0,000 < 0,05$), dapat diartikan signifikan yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima.
- c. Nilai kritis distribusi Uji F



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Gambar 1.4.3.2a

Grafik Nilai Kritis Distribusi f

Berdasarkan gambar 4.4.3.2a dapat dideskripsikan bahwa *variabel kualitas produk, harga, dan lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Tarissa Coffe*. Dengan itu, H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga hipotesis ke empat (H_4) diterima yaitu variabel kualitas produk, harga dan lokasi menjadi penjelas atas keputusan pembelian.

1.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dilakukan apabila terdapat hubungan kausal atau fungsional antara *variabel independen* terhadap *variabel dependen* berdasarkan pada konsep dan teori yang berlaku (Sugiyono : 2008). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar variabel independen (kualitas produk, harga, dan lingkungan fisik) mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian). Tabel *Coefficient* pada kolom *Unstandardized Coefficients* kolom B menunjukkan nilai konstanta dan koefisien regresi masing-masing variabel. Hasil regresi linear berganda melalui perhitungan IBM SPSS 23. Persamaan regresi berganda dapat diketahui melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.4.4
Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.969	1.097		1.795	.076
	X1	.316	.067	.492	4.733	.000
	X2	.267	.105	.231	2.550	.013
	X3	.129	.106	.135	1.216	.227

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

Dari tabel 4.4.4, persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 1,969 + 0,316X_1 + 0,267X_2 + 0,129X_3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Pada variabel kualitas produk (X_1) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,316 dan nilai konstanta sebesar 1,969. Artinya apabila variabel kualitas produk (X_1) dianggap tetap maka keputusan pembelian sebesar 1,969, dan jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel kualitas produk (X_1) maka keputusan untuk membeli akan meningkat sebesar 0,316 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh positif.
2. Pada variabel harga (X_2) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,267 dan nilai konstanta sebesar 1,969. Artinya apabila variabel harga (X_2) dianggap tetap maka keputusan pembelian sebesar 1,969, dan jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel harga (X_2) maka keputusan untuk membeli akan meningkat sebesar 0,267 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh positif.
3. Pada variabel lingkungan fisik (X_3) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,129 dan nilai konstanta sebesar 1,969. Artinya apabila variabel lingkungan fisik (X_3) dianggap tetap maka

keputusan pembelian sebesar 1,969, dan jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel lingkungan fisik (X_3) maka keputusan untuk membeli akan meningkat sebesar 0,129 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan fisik (X_3) mempunyai sedikit pengaruh.

1.4.5 Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi R^2 menunjukkan seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terikat dapat diketahui. Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel *dependent* yang diperoleh dari pengguna variabel bebas. Koefisien determinasi R^2 terletak antara 0 (nol) sampai 1 (satu), dengan R^2 yang tinggi 0,7 sampai 1.

Tabel 4.4.5
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.564	1.481

a. Predictors: (Constant), lingkungan fisik, harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 23, 2017

R^2 yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* merupakan

indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel *independent* ke dalam persamaan.

Dari *output* terlihat nilai korelasi adalah sebesar 0,760 dengan koefisien determinasi 0,564. Dengan demikian 56,4% variasi perubahan variabel keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan lingkungan fisik. Sedangkan 43,6 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

1.5 Pembahasan

1.5.1 Pengujian variabel secara Parsial (uji t)

Berdasarkan hasil uji masing-masing variabel secara parsial (uji t) dan persamaan linear berganda dinyatakan bahwa:

1.5.1.1 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian statistik dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 4,733 dan t_{tabel} 1,662 dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga variabel kualitas produk secara individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.5.1.2 Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian statistik dari harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 2,550 dan t_{tabel} 1,662 dengan tingkat signifikansi 0,013 sehingga variabel harga secara individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.5.1.3 Lingkungan Fisik Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian statistik dari lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 1,216 dan t_{tabel} 1,662 dengan tingkat signifikansi 0,223. Melihat adanya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$), maka variabel lingkungan fisik secara individual tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil dari lingkungan fisik yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian disebabkan oleh adanya sebagian dari para responden berpendapat bahwa seseorang yang termotivasi untuk segera melakukan tindakan dapat dipengaruhi oleh persepsinya yaitu sebuah proses yang digunakan untuk memilih dan menginterpretasi informasi. Walaupun semua aspek fisik toko dirubah sebaik mungkin, baik dari segi pencahayaan, tata letak, presentasi barang, perlengkapan, penutup lantai, warna, bau, suara, hingga perilaku tenaga penjualan, jika konsumen tidak memiliki jiwa seni terhadap lingkungan sekitar maka aspek fisik yang diberikan akan menjadi hal yang biasa karena persepsi yang melekat dihati konsumen hanya terikat dengan harga dan kualitas prosuk saja sehingga hal ini menjadikan lingkungan fisik tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.5.2 Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau Uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 40,169 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai probabilitas $<0,05$ yaitu $(0,000 < 0,05)$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian (Y). Dapat pula dikatakan bahwa variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) serta lingkungan fisik (X_3), secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Y) secara nyata.

1.5.3 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel. 4.5

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hipotesis	Keputusan
1	Diduga terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Tarissa <i>Coffe</i>	Kualias Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, ditandai dengan nilai $t_{hitung} 4,733 > 1,662$ (t_{tabel}) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ (α) sehingga dapat diterima.
2	Diduga terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Tarissa <i>Coffe</i>	Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, ditandai dengan nilai $t_{hitung} 2,550 > 1,662$ (t_{tabel}) dengan tingkat signifikansi $0,013 < 0,05$ (α) sehingga dapat diterima.
3	Diduga terdapat pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian di Tarissa <i>Coffe</i>	Lingkungan Fisik (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, ditandai dengan nilai $t_{hitung} 1,216 < 1,662$ (t_{tabel}), sehingga tidak dapat diterima.
4	Diduga terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian di Tarissa <i>Coffe</i>	Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lingkungan Fisik (X_3) berpengaruh signifikan ditandai dengan nilai $F_{hitung} 40,169 > 2,71$ (F_{tabel}) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ (α) sehingga dapat diterima.

Sumber: Data primer yang diolah, 2017