

PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA TEMPAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN ASIH JAYA BABAT

¹Nawari

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul ‘ulum

Email : nawari@unisda.ac.id

²Siska Dwi Setyawati

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul ‘ulum

Email : siskadwisetyawati1@gmail.com

ABSTRACT

Nowadays the competition in the culinary world is growing rapidly, especially restaurants or restaurants, this phenomenon has only recently been booming, now we easily find everywhere, both large restaurants and simple houses (warungs). Therefore marketing is very important to support the success of a business. The purpose of this study is to find out the quality of the product, the atmosphere of the place and the quality of service to the purchasing decision at the Asih Jaya Babat restaurant. The method in this study is quantitative by distributing questionnaires to 67 respondents. The analytical method used is multiple linear regression, classical assumption test, partial t test and simultaneous f test. The results of this study indicate that the quality of products has a significant positive effect on purchasing decisions, the atmosphere of the place has a positive and significant effect, and the quality of service has a negative effect on purchasing decisions at the Asih Jaya Babat restaurant.

Keywords: *Product quality, place atmosphere, service quality*

ABSTRAK

Sekarang ini persaingan didunia kuliner berkembang pesat terutama rumah makan ataupun restoran, fenomena ini baru booming akhir-akhir ini, Sekarang kita dengan mudah menjumpai dimana-mana, baik rumah makan yang besar maupun rumah yang sederhana (warung). Oleh sebab itu pemasaran sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan suatu usaha. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 67 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda uji asumsi klasik, uji t parsial dan uji f simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, suasana tempat berpengaruh positif dan signifikan, dan kualitas pelayanan berpengaruh negative terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat.

Kata Kunci: Kualitas produk, suasana tempat, kualitas pelayanan.

PENDAHULUAN

Sekarang ini persaingan didunia kuliner berkembang pesat terutama rumah makan ataupun restoran, fenomena ini baru booming akhir-akhir ini, Sekarang kita dengan mudah menjumpai dimana-mana, baik rumah makan yang besar maupun rumah yang sederhana (warung). Dulu rumah makan atau restoran berfungsi hanya sebagai tempat yang dimanfaatkan untuk sekedar mengisi perut yang lapar. Tapi akhir-akhir ini mereka menawarkan varian menu atau produk dan keunikan tersendiri antara rumah makan satu dengan yang lain. Hal ini yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha terutama dibidang kuliner berlomba-lomba menyuguhkan konsep rumah makan yang kekinian, nyaman, tempat sbagai bersantai-santai. Selain itu para pemilik rumahkan juga menawarkan berbagai produk makanan yang unik dan enak.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Aaih Jaya Babat?
2. Apakah suasana tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Asih Jaya Babat?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Asih jaya Babat?
4. Variabel manakah yang secara dominan mempengaruhi keputusan pembeln pada Rumah Makan Asih Jaya Babat?

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli menurut Khotler dalam skripsi Kurniasari (2013). Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, atrimya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihn. Keputusan pembelian bias mengarah pada bagaimana proses pengambilan keputusan tersebut dilakukan.

a. Suasana tempat

Kotler dan Keller (2009:146), mengenai suasana toko yaitu “Suasana toko (*store atmosphere*) suasana terencana yang sesuai dengan pasar Sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli. Atmosfer restoran merupakan karakteristik fisik restoran yang digunakan untuk membangun kesan dan menarik pelanggan.

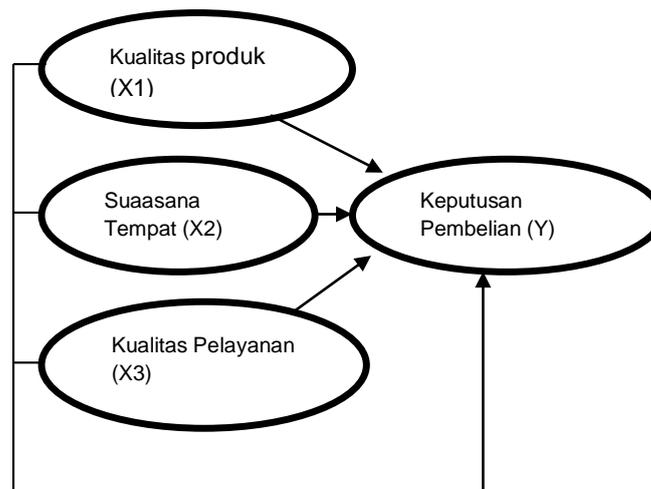
Suasana toko merupakan suasana terencana yang sesuai dengan pasar Sasarannya yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Sugiarto dalam skripsi Nasbir (2017:21) suatu kualitas dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan serta harapan pelanggan. Kualitas tersebut dinilai baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan serta harapan pelanggan.

Kerangka Konseptual

Adapun kerangka berpikir yang dikembangkan dalam model ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data kuantitatif. Menurut Sujarweni dan Endrayanto dalam skripsi Wulansari (2015:41) data kuantitatif adalah data berupa angka dalam arti sebenarnya, jadi berbagai operasi matematika dapat dilakukan pada data kuantitatif. Data kuantitatif berasal dari data yang diperoleh dari konsumen Rumah Makan Asih Jaya.

Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80) wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Peneliti dapat memilih beberapa orang yang dianggap dapat mewakili populusi tersebut. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Asih Jaya selama satu bulan dengan memenuhi kriteria.

Sampel

Sampel adalah subset dari populasi atau beberapa anggota dari populasi yang diamati menurut Ferdinand dalam skripsi (Lutfah 2014:23). Menurut Sugiyono (2015:81) bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penulisan ini metode pengambilan sampel penulis menggunakan metode secara *sampling purposive* yaitu merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2015:85). Pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan oleh pertimbangan penulis bahwa responden pernah membeli dan mengkonsumsi makanan di Rumah Makan Asih Jaya dengan kriteria:

1. Pelanggan yang pernah makan atau minum di Rumah makan Asih Jaya minimal 3 kali.
2. Usia pelanggan mulai dari 17 tahun keatas.

Metode Analisis

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor konstruk atau variable. Setelah itu menentukan hipotesis, H_0 : skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan skor total konstruk. Sesudah mengajukan hipotesis kemudian uji dengan membandingkan r hitung (table corrected item total correlation) dengan r tabel (table product moment dengan signifikan 0,05) untuk degree of freedom (df) = n-k. suatu kuisioner dinyatakan valid apabila r hitung dan r tabel bernilai positif, menurut Ghozali dalam skripsi Wulansari (2015:45).

Reabilitas suatu instrument dapat diterima jika memiliki koefisien *Cronbach Alpha* minimal 0,60 yang berarti bahwa instrument tersebut dapat digunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relative konsisten jika dilakukan penelitian atau pengukuran ualang.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi digunakan untuk mengasumsikan bahwa terdapat hubungan linier antara variable keputusan pembelian dengan kualitas produk. Adapun model kesamaan regresi yang dapat diperoleh dalam analisis ini adalah :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Constanta

β_1 = Koefisien Regresi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian

β_2 = Koefisien Regresi antara suasana tempat dengan keputusan pembelian

β_3 = Koefisien Regresi antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Suasana Tempat

X3 = Kualitas Pelayanan

e = eror

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik dan layak dalam penelitian adalah memiliki distribusi normal. Normalitas dapat dilihat dengan beberapa cara, diantaranya yaitu dengan melihat kurva *normal probability plot*.

b. Autokorelasi

Uji autokorelasi menurut Sugiyono (2015: 91) adalah uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi ini muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya

tidak terjadi korelasi antar variable independen. Jika variable independen saling berkorelasi, maka variable-variabel ini tidak ortogonal. Variable orthogonal adalah variable independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variable independen sama dengan nol.

d. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *Variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Uji F Hitung (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen secara simultan yang digunakan mampu menjelaskan variabel dependen. Untuk menentukan nilai $F(\text{tabel})$, tingkat signifikan yang digunakan sebesar 10%. Jika $F(\text{hitung})$ lebih besar dari $F(\text{tabel})$ maka artinya variabel independen (X_1, X_2, X_3) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Dan jika $F(\text{hitung})$ lebih kecil dari $F(\text{tabel})$ maka variabel independen (X_1, X_2, X_3) tidak berpengaruh terhadap nilai variabel dependen (Y). Selanjutnya untuk mengetahui seberapa presentase dari variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama terhadap variabel dependen dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (R^2). Dimana R^2 menjelaskan seberapa besar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen.

Uji t Hitung (Parsal)

Menguji signifikansi dengan uji t. Pengujian ini pada dasarnya untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai t_{hitung} selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% (taraf kepercayaan 95%), apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Sebaliknya, apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} berarti tidak ada pengaruh signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Table Uji Validitas

	pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas produk (X1)	1	0,392	0,237	Valid
	2	0,637	0,237	Valid
	3	0,890	0,237	Valid
	4	0,861	0,237	Valid
	5	0,766	0,237	Valid
	6	0,880	0,237	Valid
	7	0,770	0,237	Valid
Suasana tempat (X2)	1	0,911	0,237	Valid
	2	0,925	0,237	Valid
	3	0,919	0,237	Valid
	4	0,923	0,237	Valid
Kualitas produk (X3)	1	0,811	0,237	Valid
	2	0,570	0,237	Valid
	3	0,789	0,237	Valid
	4	0,427	0,237	Valid
	5	0,548	0,237	Valid
Keputusan pembelian (Y)	1	0,792	0,237	Valid
	2	0,812	0,237	Valid
	3	0,702	0,237	Valid
	4	0,865	0,237	Valid
	5	0,886	0,237	Valid

Dari tabel diatas, terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator pertanyaan terhadap skor total variabel menunjukkan hasil yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai korelasi masing-masing item menunjukkan angka yang lebih besar dari r tabel pada signifikansi 0,05 dengan N = 69 yaitu 0,237.

Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.868	7

Berdasarkan pengujian diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,868 yang berarti bahwa konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel kualitas produk (X1) adalah reliabel. Karena angka *Cronbach's Alpha* $0,868 > 0,70$.

Tabel Hasil Uji Reabilitas Variabel Suasana Tempat (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	4

Berdasarkan pengujian diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,937 yang berarti bahwa konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel suasana tempat (X₂) adalah reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha* $0,937 > 0,70$.

Tabel Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.646	5

Berdasarkan pengujian diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,646 yang berarti bahwa konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel kualitas pelayanan (X₃) adalah reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha* $0,646 > 0,70$.

Table Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	5

Berdasarkan pengujian diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,878 yang berarti bahwa konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel keputusan pembelian (Y) adalah reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha* $0,878 > 0,70$.

Dari tampilan diatas terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator variabel terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel pertanyaan adalah reliabel. Hasil uji reabilitas dinyatakan reliabel jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) sebesar $\alpha = 0,07$.

Table Nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0,0 - 0,20	Kurang andal
>0,20 - 0,40	Agak andal
>0,40 - 0,60	Cukup andal
>0,60 - 0,80	Andal
>0,80 - 1,00	Sangat andal

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis untuk memperkirakan perubahan respons pada variabel loyalitas pelanggandan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil yang di peroleh dengan menggunakan metode analisis statistik dan menggunakan *software* SPSS 22 adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.652	1.101		-1.501	.138		
KUALITAS PRODUK	.602	.025	.924	24.172	.000	.678	1.476
SUASANA TEMPAT	.081	.041	.076	1.988	.051	.670	1.492
KUALITAS PELAYANAN	-.043	.059	-.023	-.728	.469	.987	1.013

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

1. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,602 bernilai positif mempunyai arti jika kualitas produk semakin baik maka keputusan pembelian akan semakin meningkat .
2. Nilai koefisien regresi variabel suasana tempat sebesar 0,081 bernilai positif mempunyai arti jika suasana tempat semakin baik maka keputusan pembelian akan semakin meningkat .
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar -0,043 bernilai negative mempunyai arti jika kualitas pelayanan semakin baik maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

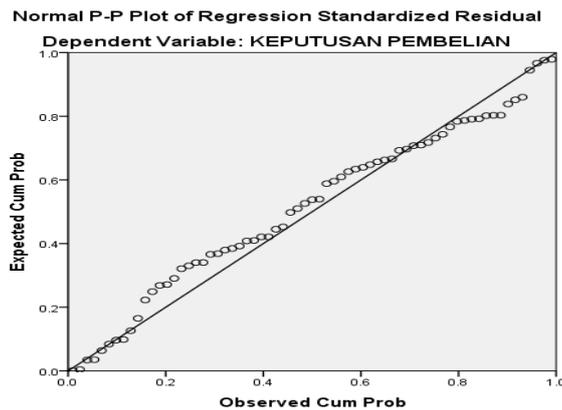
$$\text{Jadi, } Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + e$$

$$Y = -1,652 + 0,602 + 0,081 + -0,043 + 1.101$$

Uji Asumsi Klasik

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, kuesioner yang sudah valid kemudian disebarkan kepada 67 orang responden.

a. Uji Normalitas



Gambar Hasil Uji Normalitas Menggunakan Normal P-Plot

Dengan melihat tampilan grafik Normal P-plot of Regression Standardized Residual Dalam Gambar diatas maka dapat disimpulkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan grafik tersebut menunjukkan bahwa regresi tidak menyalahi Asumsi Normalitas, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena merupakan model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinieritas

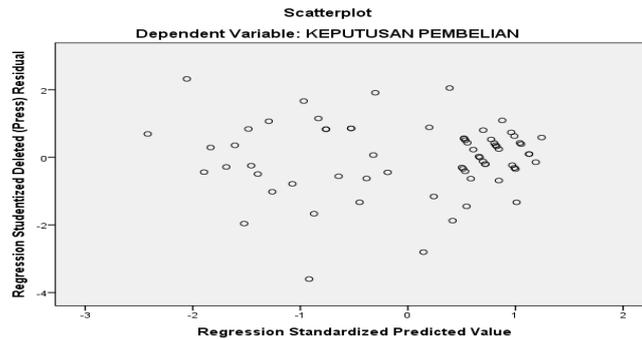
Tabel Hasil Uji Multikolinieritas Menggunakan SPSS

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.652	1.101		-1.501	.138		
KUALITAS PRODUK	.602	.025	.924	24.172	.000	.678	1.476
SUASANA TEMPAT	.081	.041	.076	1.988	.051	.670	1.492
KUALITAS PELAYANAN	-.043	.059	-.023	-.728	.469	.987	1.013

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan hasil output diatas diketahui bahwa nilai Tolerance variable Kualitas Produk (X_1) Yakni 0,678 Suasana Tempat (X_2) sebesar 0,670 dan Kualitas Pelayanan (X_3) Sebesar 0,987 lebih kecil dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF dari Kualitas Produk (X_1) Yakni 1,476, Suasana Tempat (X_2) sebesar 1,492 dan Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 1,013 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan SPSS

Berdasarkan output scatterplots di atas diketahui bahwa :

1. Titik-titik data menyebar diatas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar.
4. Penyebaran titik-titik tidak berpola.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Tabel Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan SPSS
Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.968 ^a	.938	.935	1.087	2.137

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, SUASANA TEMPAT
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Penjelasannya :

Menurut hasil output data di atas menjelaskan bahwa :

$DW = 2,137$

$n = 67, k = 3$

DU tabel = 1.6988

$4 - 2,137 = 1,863$ jadi $1,863 > 1,6988$ jadi, H_0 diterima dan tidak ada autokorelasi atau bebas dari autokorelasi.

Uji Simultan (F)**Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F) Menggunakan SPSS**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1120.211	3	373.404	315.868	.000 ^b
	Residual	74.476	63	1.182		
	Total	1194.687	66			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, SUASANA TEMPAT

Dari output diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 373,404. Langkah selanjutnya tinggal mencari nilai F table dan membandingkan dengan nilai F hitung.

Kesimpulan

Jadi, f hitung = 373,404 dan f tabel = 2,758. f hitung > f tabel, jadi H₀ ditolak dan X₁, X₂ dan X₃ secara simultan berpengaruh terhadap variable Y.

Koefisien Determinasi (R²)**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Menggunakan SPSS**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.968 ^a	.938	.935	1.087	2.137

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, SUASANA TEMPAT

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dari hasil output diatas maka diketahui nilai R² adalah sebesar 0,935 atau 93,5% dan sisanya 6,5% dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis**Uji Parsial (T)****Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t) Menggunakan SPSS**

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.652	1.101		-1.501	.138		
	KUALITAS PRODUK	.602	.025	.924	24.172	.000	.678	1.476
	SUASANA TEMPAT	.081	.041	.076	1.988	.051	.670	1.492
	KUALITAS PELAYANAN	-.043	.059	-.023	-.728	.469	.987	1.013

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjikan bahwa variabel kualitas produk diperoleh hasil $t_{hitung} 24,172 > t_{tabel} 1,998$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. dan koefisien regresi

mempunyai nilai positif sebesar 24,172 sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “diduga kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat”.

Pengaruh suasana tempat terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjikan bahwa variabel kualitas produk diperoleh hasil $t_{hitung} 1,988 > t_{tabel} 1,998$ dengan signifikansi $0,648 > 0,05$. dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,051 sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka penelitian ini membuktikan hipotesis kedua kurang sesuai dengan hasil penelitian “diduga suasana tempat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat”

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat. Nilai t_{hitung} sebesar $-728 < t_{tabel}$ sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi sebesar 0,091 kurang dari $\alpha = 0,05$ yang memiliki arah negatif mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tersebut maka hasil penelitian ini kurang sesuai dengan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat”

Pengaruh Kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat pada keputusan pembelian. Nilai F_{hitung} sebesar $373,868 > F_{tabel}$ sebesar 2,758 dengan nilai signifikan 0,000 kurang dari $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan dari uji t menunjukan bahwa kualitas produk yang paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan maka akan berpengaruh tinggi terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dengan ini penulis menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t (secara parsial) kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat. Hasil ini menunjukkan kualitas produk yang ditawarkan sangat tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan uji t (secara parsial) suasana tempat memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat. Hasil ini menunjukkan bahwa suasana tempat yang ditawarkan kurang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Berdasarkan uji t (parsial) kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Asih Jaya Babat. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang di tawarkan kurang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan uji F (secara simultan) kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan dari uji t (secara parsial) yang paling dominan adalah kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada rumah Mmakan Asih Jaya Babat.

Saran

Adapun beberapa sarannya adalah sebagai berikut:

1. Pemilik rumah makan Asih Jaya sangat kreatif dalam memberikan ide sebuah rumah makan, dengan menampilkan rumah makan yang kekinian tapi dengan menu nusantara berbentuk prasmanan dan memberikan jasa *catrring* untuk memudahkan para konsumennya, serta mempekerjakan para kariawan yang berpengalaman sehingga memberikan kualitas pelayanan yang baik .
2. Rumah Makan asih Jaya di harapkan dapat meningkatkan lagi kualitas produk, suasana tempat dan kualitas pelayanan agar dapat menarik lebih banyak pengunjung

serta dapat dihaapkan agar usaha bias berkembang dan memiliki banyak cabang lagi buakan hanya dalam kota tapi luar kota atau bahkan luar pulau dan luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun Adi Wibowo (2013), Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarnegara, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri, Yogyakarta.
- Budi Utomo Sugiarto dan Hartono Subagio (2014), *Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. (online)*, Vol 2, No. 1 (<http://www.petra.ac.id>), diakses 17 Februari 2018)
- Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata (2013), *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya. (Online)*, Vol 2, No.551-562 (<http://www.petera.ac.id>), diakses 17 Februari 2018)
- Dita Wahyu Candra Sari, Sumaryanto, Setianingsih Sri Utami (2017), *Pengareuh Kualitas Makanan, Pelayanan, Harga dan Suasana Restoran Terhadap Keputusan Pembelian. (Online)*, Vol 17, No. 264-272 (<http://www.unsuri.ac.id>), diakses 17 Februari 2018)
- Lingkan Theofhani Wowor, Paulus Kindangen, Federik G. Worang (2017), *Analisis Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Produk dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Billy Megamas Manado. (online)*, Vol 5 No. 3 (<http://www.unsrat.ac.id>), diakses 17 Februari 2018)
- Melinda Wulansari (2015), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus KFC Cabang Gaplek Tangerang selatan, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unifersitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Nova Dhita Kurniasari (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, semarang.
- Safira Faziah Nasbir (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Hair Nets, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo, Kendari.
- Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan 23, Alfabeta, Bandung.
- Yumi Febiola Merentek, Joyce Lopian, Agus Supandi Soegoto (2017), *Pengaruh Kualitas produk, Suasana Toko dan Kualitas pelayanan Terhdap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall manado. (online)*, Vol 5, No. 2 (<http://www.unsurat.ac.id>), diakses 17 Februari 2018)
- Widha Emil Lutfhia (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang, *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universiatas Diponegoro, Semarang.