

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Obyek Penelitian**

Rumah Makan Ayam Geprek Bangsus Jombang merupakan tempat kuliner yang bertempat Jl. Jukung. Suprpto No.10, Kepanjen Kec. Jombang, Jombang, Jawa Timur. Geprek Bangsus Jombang berdiri pada tanggal 28 November 2017. Menu ciri khas kedai ini yaitu ayam geprek dengan berbagai sajian.

Rumah Makan Rumah Makan Ayam Geprek Bangsus Jombang merupakan salah satu jenis rumah makan yang menyediakan beberapa menu makanan dan aneka jus buah. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Kusman Hadi pada tahun 2017, pada saat itu rumah makan ini berlokasi di Jl. Jukung. Suprpto No.10, Kepanjen Kec. Jombang, tepatnya di sebelah barat Kebon Rojo Jombang, dengan tenaga kerja 10 orang, menu yang disediakan yang beragam, tidak hanya ayam dengan nasi namun juga tersedia varian ayam dengan mie, mulai harga Rp.5000 sampai Rp. 18.000

Dari perjalanan panjang rumah makan ini tentunya sudah banyak pengalaman yang didapat termasuk banyak masukan dan keluhan dari konsumennya. Rumah Makan Jl. Jukung. Suprpto No.10, Kepanjen Kec. Jombang ini dikelola oleh Bapak Kusman Hadi dibantu oleh anak dan 10 tenaga kerjanya. Rumah makan ini buka dari pukul 08.00 hingga pukul 23.00,

omset yang didapat rumah makan ini rata-rata setiap harinya adalah Rp. 6.000.000.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini responden yang dipilih adalah konsumen Geprek Bangsus Jombang, yang berjumlah 100 konsumen. Data pengujian yang dipakai adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran angket. Berikut karakteristik responden:

#### 1. Jenis Kelamin

Gambaran responden menurut jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	33	33
2.	Perempuan	67	67
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa responden paling banyak dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 67 orang (67%) . Hal ini menunjukkan bahwa Geprek Bangsus Jombang, lebih banyak kaum perempuan, sebagian besar kaum perempuan yang banyak melakukan pembelian makanan dan minuman. Artinya, mayoritas perempuan lebih suka mencari makanan di luar daripada laki-laki.

## 2. Umur

Gambaran responden menurut umur sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Responden berdasarkan Umur**

No.	Rantang Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤30 Tahun	64	64
4	>30 tahun	36	36
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden dengan umur ≤30 Tahun lebih mendominasi dalam penelitian ini yaitu 64 orang (64%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Geprek Bangsus Jombang lebih banyak berumur kurang dari 30 tahun, karena umur kurang dari 30 tahun termasuk remaja dan dewasa, Artinya, mayoritas pelanggan umur <30 tahun lebih suka mencari makanan di luar daripada >30 tahun.

## 3. Pekerjaan

Gambaran responden menurut pekerjaan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Gambaran responden berdasarkan pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	51	51
2.	Karyawan Swasta	24	24
3	PNS/TNI/Polri	19	19
4	Lain-lain	16	16
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dengan sebagai pelajar /mahasiswa paling banyak dalam penelitian ini yaitu 51 orang

(51%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Geprek Bangsus Jombang pelajar/mahasiswa, karena pelajar/mahasiswa lebih suka nongkrong.

### 4.3 Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Analisis Deskripsi

##### 1. Harga ( $X_1$ )

Penilaian 100 responden terhadap variabel harga ( $X_1$ ) menurut klasifikasi tingkatan skor yang terdiri dari 4 pernyataan dijelaskan pada tabel 4.4 yaitu

**Tabel 4.4**  
**Kategori Skor Variabel Harga ( $X_1$ )**

Harga ( $X_1$ )	Variabel Harga ( $X_1$ )										Jml	Angka Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
X1.1	0	0	0	4	13	24	51	7	0	0	645	64.50
X1.2	0	0	0	0	4	14	53	29	0	0	707	70.70
X1.3	0	0	0	0	7	36	57	0	0	0	650	65.00
X1.4	0	0	0	0	3	31	57	9	0	0	672	67.20
<b>Rata- Rata</b>											<b>668,5</b>	<b>66,85</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan harga dengan nilai indeks 66,85 termasuk kriteria sedang, hal ini menunjukkan harga di konsumen Geprek Bangsus Jombang menurut tanggapan responden harga ayam Geprek Bangsus cukup sesuai dengan kualitas produk yang cocok, daftar

harga ayam Geprek Bangsus yang cukup sesuai, adanya potongan harga khusus dan harga makanan sesuai dengan informasi yang diberikan di Rumah Makan Geprek Bangsus. Dan juga harga makanan dan minuman di Rumah Makan Geprek Bangsus cukup sesuai dengan kualitasnya.

## 2. Kualitas Makanan ( $X_2$ )

Penilaian 100 responden terhadap variabel kualitas makanan ( $X_2$ ) menurut klasifikasi tingkatan skor yang terdiri dari 7 pernyataan dijelaskan pada tabel 4.5 yaitu

**Tabel 4.5**  
**Kategori Skor Variabel Kualitas Makanan ( $X_2$ )**

Kualitas Makanan ( $X_2$ )	Variabel Kualitas Makanan ( $X_2$ )										Jml	Angka Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
X2.1	0	0	0	4	13	28	49	6	0	0	640	64.0
X2.2	0	0	0	0	7	21	48	24	0	0	689	68.90
X2.3	0	0	0	0	13	35	48	4	0	0	643	64.30
X2.4	0	0	0	0	10	33	47	10	0	0	657	65.70
X2.5	0	0	0	0	5	34	54	7	0	0	663	66.30
X2.6	0	0	0	1	14	37	36	12	0	0	644	64.40
X2.7	0	0	0	1	6	35	52	6	0	0	656	65.60
<b>Rata- Rata</b>											<b>656</b>	<b>65,60</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan Kualitas makanan dengan nilai indeks 65,60 termasuk kriteria sedang, hal ini menunjukkan kualitas makanan di Rumah Makan Geprek Bangsus menurut tanggapan responden

memiliki kualitas produk yang sedang terutama dari sisi kualitas, Kuantitas atau porsi masakan, Variasi menu, Cita rasa yang khas, Higienitas dan inovasi. Ayam geprek Bangsus memiliki porsi yang cukup sesuai dengan konsumen, Rumah Makan Geprek Bangsus memiliki cita rasa yang cukup sesuai keinginan konsumen, Rumah Makan Geprek Bangsus menyajikan menu dan jenis makanan yang cukup bervariasi dan beraneka ragam, dismapimh memiliki rasa yang khas, Rumah Makan Geprek Bangsus juga cukup baik dalam menjaga kebersihan dalam penyajian menu dan melakukan inovasi dengan mengembangkan menu yang ada

### 3. Deskripsi Hasil Jawaban Lokasi (X<sub>3</sub>)

**Tabel 4.6**  
**Kategori Skor Variabel Lokasi (X<sub>3</sub>)**

Lokasi (X <sub>3</sub> )	Lokasi (X <sub>3</sub> )										Angka Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
X3.1	0	0	0	0	9	43	44	4	0	0	64.30
X3.2	0	0	0	0	7	37	53	3	0	0	65.20
X3.3	0	0	0	0	4	14	53	29	0	0	70.70
<b>Rata- Rata</b>											<b>66,73</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dijelaskan lokasi dengan nilai indeks 66,73 termasuk kriteria sedang, lokasi Rumah makan Geprek Bangsus Jombang menurut tanggapan responden memiliki akses yang cukup mudah dijangkau, cukup mudah ditemui dan Lalu lintas yang cukup lancar.

#### 4. Keputusan pembelian (Y)

Penilaian dari 100 responden terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) menurut klasifikasi tingkatan skor yang terdiri dari 5 pernyataan tentang keputusan pembelian dijelaskan pada tabel 4.7 yaitu :

**Tabel 4.7**  
**Kategori Skor Variabel Keputusan pembelian (Y)**

Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian (Y)										Jml	Angka Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Y.1	0	0	0	0	3	32	57	8	0	0	670	67.00
Y.2	0	0	0	0	5	39	50	6	0	0	657	65.70
Y.3	0	0	0	0	2	20	63	15	0	0	691	69.10
Y.4	0	0	0	0	9	45	42	4	0	0	641	64.10
Y.5	0	0	0	0	7	39	51	3	0	0	650	65.00
<b>Rata- Rata</b>											668.1	66,18

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

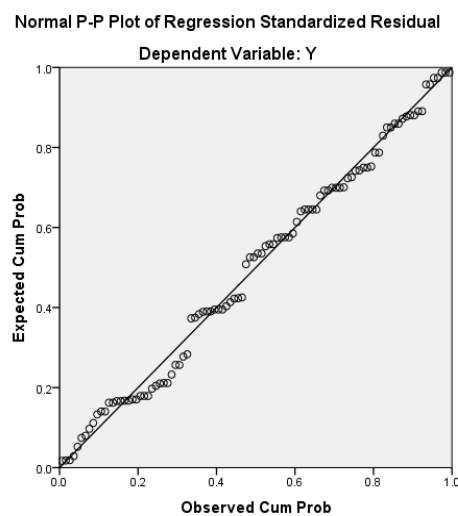
Berdasarkan tabel 4.7 dapat dijelaskan keputusan pembelian dengan skor indek 66,18 termasuk kriteria sedang, selama ini konsumen melakukan pembelian di Rumah Makan Geprek Bangsus dengan melakukan evaluasi dari berbagai rumah makan geprek lainnya di Kota Jombang, Rumah Makan Geprek Bangsus dapat memenuhi kebutuhan dengan cukup baik, kemudahan mencari informasi Rumah Makan Geprek Bangsus dari media internet, sehingga memutuskan membeli pada Rumah Makan Geprek

Bangsus dan mereka mau merekomendasikan Rumah Makan Geprek Bangsus kepada orang lain

### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat, keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Normalitas data dalam penelitian dilihat dengan cara memperhatikan titik-titik pada *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dari variabel terikat. Persyaratan dari uji normalitas adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Lampiran *output* SPSS, 2019  
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas



Dari gambar 4.1 di atas terlihat bahwa semua data berdistribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal.

Dalam Penelitian ini penulis juga menggunakan Kolmogorov Smirnov untuk menguji normalitas dimana nilai Asymp. Sig harus lebih besar dari 0.05 sehingga distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Dan jika nilai dibawah 0.05 maka diinterpretasikan sebagai tidak normal. Hasil dari uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat dari tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Normalitas

		X1	X2	X3	Y
N		100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	26.74	45.92	20.02	33.09
	Std. Deviation	2.008	3.515	1.583	2.075
Most Extreme Differences	Absolute	.195	.073	.175	.123
	Positive	.130	.073	.108	.123
	Negative	-.195	-.072	-.175	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.948	.732	.750	1.231
Asymp. Sig. (2-tailed)		.451	.657	.604	.097

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan angka 0.948, 0,657, 0,604 dan 1,231 dengan tingkat signifikansi yang berarti berada diatas 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel telah terdistribusi secara normal.

### .3.2.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor (VIF)*. Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya di atas 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas. (Ghozali, 2011)

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

No	Variabel bebas	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF
1	Harga (X <sub>1</sub> )	0.019	.227
2	Kualitas Makanan (X <sub>2</sub> )	0.003	.470
3	Lokasi (X <sub>3</sub> )	0.010	.287

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 0,1 yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel bebas, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

#### 4.3.2.3 Uji Asumsi Autokorelasi

Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi, dilakukan pengujian dengan *Durbin-Watson* yang bisa dilihat dari hasil uji regresi berganda. Secara konvensional dapat dikatakan bahwa suatu persamaan regresi dikatakan telah memenuhi asumsi autokorelasi jika nilai dari uji *Durbin Watson* mendekati dua atau lebih. Berikut hasil perhitungan DW dengan menggunakan regresi :

**Tabel 4.10**  
**Pengujian Asumsi Autokorelasi Variabel X1, X2 Terhadap Y**

	<b>du</b>	<b>4-du</b>	<b>dw</b>	<b>Keputusan</b>
Nilai	1,736	2,264	2,110	Tidak terjadi otokorelasi

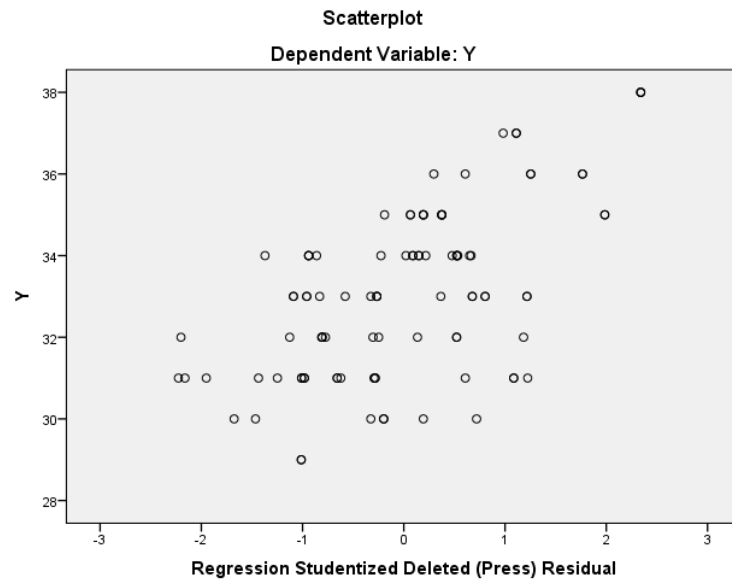
Sumber data : Data Primer yang diolah, 2019

Pada pengujian ini sampel yang diuji sebanyak  $n=100$ ,  $k$  (jumlah variabel independen) = 2, sehingga diperoleh nilai  $dU = 1,736$ . (lampiran tabel Durbin-Watson). Tabel di atas menunjukkan nilai *durbin watson* diatas nilai  $dU$  dan kurang dari nilai  $4-dU$ ,  $du < dw < 4-du$  ( $1,736 < 2,110 < 2,226$ ) dan dinyatakan tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.3.2.4 Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan. Gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam model regresi. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu  $y$  maka mengidentifikasi tidak

terjadi heterokedastisitas pada grafik *scatterplot*. Berikut gambar *scatterplot* :



Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Sumber: Lampiran output SPSS, 2019

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas maka tidak terjadi heterokedastisitas sehingga model regresi tersebut layak digunakan.

### 4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Harga (X1), Kualitas Makanan (X2) dan lokasi (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y) dan membuat persamaan regresinya. Hasil perhitungan analisis regresi berganda diolah dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 *for windows*. Hasil regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.382	1.838		5.104	.000		
X1	.317	.133	.306	2.376	.019	.227	4.404
X2	.160	.053	.271	3.030	.003	.470	2.127
X3	.394	.150	.300	2.619	.010	.287	3.487

a. Dependent Variable: Y

Sumber data : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisa regresi yang disajikan dalam Tabel 4.9 maka didapatkan persamaan sebagai berikut :  $Y = 9.382 + 0,317 X_1 + 0,160X_2 + 0,394X_3$

Persamaan regresi menunjukkan hubungan positif antara harga (X1), Kualitas Makanan (X2) dan Lokasi (X3) dengan Keputusan pembelian (Y) artinya semakin baik persepsi harga, Kualitas Makanan dan Lokasi, maka Keputusan pembelian juga mengalami peningkatan, begitu sebaliknya, semakin rendah persepsi harga, Kualitas Makanan dan Lokasi, maka Keputusan pembelian juga mengalami penurunan.

#### 4.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.12**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.799 <sup>a</sup>	.638	.626	1.268	2.110

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber data : Data primer yang diolah, 2019

Nilai  $R^2$  sebesar 0,638 artinya keputusan pembelian dalam penelitian ini dipengaruhi oleh variabel harga, Kualitas Makanan dan Lokasi sebesar 63,8%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu  $100\% - 63,8\% = 36,2\%$ . Artinya variasi variabel keputusan pembelian yang sangat terbatas.

#### 4.3.5 Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Derajat signifikan yang digunakan adalah 5% atau 0,05. Jika nilai signifikan lebih kecil dari derajat signifikan maka hipotesa alternatif diterima. Hasil nilai signifikan dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji t**

No	Variabel	Signifikansi	Keterangan
1	Harga ( $X_1$ )	0,019	Signifikan
2	Kualitas makanan ( $X_2$ )	0,003	Signifikan
3	Lokasi ( $X_3$ )	0,010	Signifikan

Sumber : Lampiran SPSS diolah, 2019

erdasarkan tabel 4.13, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Variabel harga ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{sig} = 0,019 < \alpha = 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Semakin baik kebijakan harga, maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.

#### 2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Variabel kualitas makanan ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{sig} = 0,003 < \alpha = 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Semakin Kualitas makanan, maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.

#### 3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Variabel lokasi ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{sig} = 0,010 < \alpha = 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Semakin baik lokasi, maka akan semakin meningkat keputusan pembelian

### 4.4 Pembahasan

#### 4.4.1 Pengaruh harga Terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa harga dapat meningkatkan keputusan pembelian di Geprek Bangsus Jombang. Hal ini berdasarkan tanggapan responden yang baik mengenai harga terutama item daftar harga yang sesuai dengan informasi harga produk yang ditawarkan

Persaingan yang ketat dalam bisnis kuliner terutama ayam geprek menjadikan konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan

untuk memilih sesuai dengan selera. Setiap produk ayam geprek biasanya mempunyai kelebihan dan kekurangan, tinggal bagaimana konsumen menentukan pilihan tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, salah satunya harga. Hal ini dapat dibuktikan oleh penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Prihatini, 2016) membuktikan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Ikan Bakar *Seafood* Genteng Besar

#### **4.4.2 Pengaruh kualitas makanan Terhadap Keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa kualitas makanan dapat meningkatkan keputusan pembelian di Geprek Bangsus Jombang. Hal ini berdasarkan tanggapan responden yang baik mengenai kualitas makanan terutama item Rumah Makan Geprek Bangsus memiliki porsi yang sesuai,

Kualitas makanan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam sebuah restoran. Makanan yang bisa membuat konsumen suka dan senang, konsumen akan puas bisa dimungkinkan konsumen akan berkunjung kembali ke tempat tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Penelitian (Harsanto, 2015) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan



terhadap keputusan pembelian pada UKM Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang

#### **4.4.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Terhadap Keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa lokasi mampu meningkatkan keputusan pembelian di Geprek Bangsus Jombang Hal ini sesuai dengan tanggapan responden yang cukup baik mengenai lokasi terutama item Lalu lintas Rumah Makan Geprek Bangsus lancar.

Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan (Kotler P. , 2009). Pertama yang dilakukan adalah memilih daerah dimana toko akan dibuka, kemudian kota tertentu, baru kemudian lokasinya. Lokasi adalah tempat toko yang paling menggantungkan yang dapat dilihat dari jumlah rata-rata khalayak yang melewati toko itu setiap harinya, persentasi khalayak yang mampir ke toko.Persentasi mampir dan kemudian membeli serta nilai pembelian per penjualan (Kotler P. , 2009)

Hasil penelitin ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian (Wicaksono, 2017) membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Warung makan jodho Bekonang