

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Perusahaan

a. Sejarah Perusahaan

Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat merupakan salah satu cafe yang berada di Kecamatan Rantau Selatan, Rantauprapat yang dimiliki oleh Abdul Wahab, pengusaha sukses di Rantauprapat. Dari awal didirikan Cafe Pondok Bang Haji pemilik mencoba membuka usaha gerai butik dengan memanfaatkan aset berupa tanah milik pribadi. Setelah dianalisis selama beberapa bulan ternyata banyak konsumen atau mahasiswa yang mana memanfaatkan letak yang strategis. Akhirnya pemilik memiliki ide untuk mendirikan Cafe Pondok Bang Haji karena memanfaatkan peluang yang ada, pada saat ini cafe sedang booming dan menjadi tren dikalangan masyarakat khususnya anak muda.

Persiapan dari mengubah tempat menjadi Cafe Pondok Bang Haji dikerjakan secara bertahap selama beberapa bulan. Akhirnya secara resmi Throne Coffee didirikan pada tanggal Agustus 2018. Penamaan Cafe Pondok Bang Haji diambil dari pemilik yang sudah berhaji yang artinya Cafe yang baik. Karena Cafe Pondok Bang Haji sendiri mempunyai tempat strategis.

b. Visi dan Misi Perusahaan

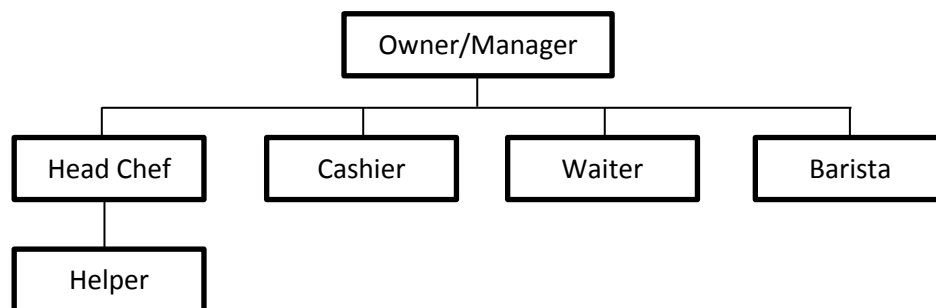
Visi

“Menjadi Cafe Pilihan Utama Masyarakat”

Misi

1. Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumen
2. Menyajikan menu-menu khas terbaik
3. Menjaga cita rasa tiap masakan di tiap-tiap cabang rumah makan
4. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menu terbaik

c. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1
Struktur organisasi perusahaan

d. Job Deskripsi

Uraian tugas pada bagian-bagian dari struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

Owner/Manager

1. Memimpin Perusahaan
2. Membuat Peraturan Perusahaan
3. Memiliki Tanggung Jawab atas Kerugian Perusahaan
4. Mengembangkan Strategi Bisnis
5. Menyediakan Biaya atau Anggaran untuk Perusahaan

Head Chef

1. Mengkreasikan menu
2. Bermain dengan bahan-bahan makanan
3. Menciptakan sensasi rasa-rasa baru

Chasier

1. Menerima pembayaran
2. Mengurus struk pembayaran
3. Membungkus belanjaan
4. Memantau transaksi yang berlangsung baik dengan *e-money*, kartu kredit atau debit, maupun uang tunai.

Waiter

1. Bertanggung jawab juga untuk memelihara kebersihan
2. Ikut serta di dalam memberikan *service* yang terbaik kepada tamu
3. Men-*service* makanan atau minuman ke tamu
4. *Clear up* makanan atau minuman ke tamu
5. Men-*set up* meja

Barista

1. Urusan meracik, membuat, menyiapkan, dan menyajikan kopi.
2. Menyediakan menu utama espresso, latte, dan cappuccino.

Helper

1. Membantu mempersiapkan keperluan yang berhubungan dengan alat-alat
2. Di balik layar yang akan membantu segala aktivitas produksi

2. Hasil Deskriptif

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
25 tahun ke bawah	35	70%
25 tahun ke atas	15	30%
Total	50 orang	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia, responden yang berusia 25 tahun ke bawah sebanyak 35 orang dengan presentase sebesar 70%, dan responden yang berusia 25 tahun ke atas sebanyak 15 orang dengan presentase sebesar 30%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	25	50%
Perempuan	25	50%
Total	50 Orang	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel diatas, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 25 orang dengan presentase sebesar 50% dan responden perempuan yaitu sebanyak 25 orang dengan presentasi sebesar 50%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Karakteristik responden berdasarkan jabatan sebagaimana disebutkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pengunjung Biasa	7	14%
Pekerja	15	30%
Mahasiswa	18	36%
Pegawai	10	20%

Total	50 Orang	100%
-------	----------	------

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan responden berdasarkan jabatan pekerjaan, menunjukkan bahwa responden pengunjung biasa sebanyak 7 orang dengan presentase sebesar 14%, responden pekerja sebanyak 15 orang dengan presentase sebesar 30%, responden mahasiswa sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 36%, dan responden pegawai sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 20%.

3. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

a. Deskriptif Kualitas Produk

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.4
Deskriptif Kualitas Produk

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	31	62.0	19	38.0	0	0	0	0	0	0	50	100
X1.2	31	62.0	19	38.0	0	0	0	0	0	0	50	100
X1.3	29	58.0	20	40.0	1	2.0	0	0	0	0	50	100
X1.4	27	54.0	20	40.0	3	6.0	0	0	0	0	50	100
X1.5	27	54.0	19	38.0	4	8.0	0	0	0	0	50	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

1. Item pernyataan X1.1 menunjukkan jawaban tentang “Kinerja karyawan cafe harus sangat cekatan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden (62.0%), setuju 19 responden (38.0%).

2. Item pernyataan X1.2 menunjukkan jawaban tentang “Cafe harus memiliki tampilan yang baik sehingga sejuk dipandang”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden (62.0%), setuju 19 responden (38.0%).
3. Item pernyataan X1.3 menunjukkan jawaban tentang “Tingkat kualitas produk sangat maksimal”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 29 responden (58.0%), setuju 20 responden (40.0%) dan kurang setuju 1 responden (2.0%).
4. Item pernyataan X1.4 menunjukkan jawaban tentang “Tata kelola produk sesuai yang saya butuhkan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden (54.0%), setuju 20 responden (40.0%) dan kurang setuju 3 responden (6.0%).
5. Item pernyataan X1.5 menunjukkan jawaban tentang “Bangunan cafe terlihat sangat baik dan menawan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden (54.0%), setuju 19 responden (38.0%) dan kurang setuju 4 responden (8.0%).

b. Deskriptif Variabel Harga

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.5
Deskriptif Harga

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	22	44.0	28	56.0	0	0	0	0	0	0	50	100
X2.2	23	46.0	27	54.0	0	0	0	0	0	0	50	100
X2.3	19	38.0	30	60.0	1	2.0	0	0	0	0	50	100
X2.4	20	40.0	28	56.0	2	4.0	0	0	0	0	50	100
X2.5	21	42.0	26	52.0	3	6.0	0	0	0	0	50	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

1. Item pernyataan X2.1 menunjukkan jawaban tentang “Cafe menawarkan harga yang terjangkau”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden (44.0%), setuju 28 responden (56.0%).
2. Item pernyataan X2.2 menunjukkan jawaban tentang “Cafe tetap menyesuaikan harga dengan beragam pilihan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 23 responden (46.0%), setuju 27 responden (54.0%).
3. Item pernyataan X2.3 menunjukkan jawaban tentang “Saya merasa harga tidak terlalu jauh dengan kondisi perekonomian saya”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden (38.0%), setuju 30 responden (60.0%), dan kurang setuju sebanyak 1 responden (2.0%).
4. Item pernyataan X2.4 menunjukkan jawaban tentang “Selalu memiliki kesan dan manfaat tersendiri”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden (40.0%), setuju 28 responden (56.0%), dan kurang setuju sebanyak 2 responden (4.0%).

5. Item pernyataan X2.5 menunjukkan jawaban tentang “Tidak jauh berbeda dengan harga di pusat kota”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden (42.0%), setuju 26 responden (53.0%) dan kurang setuju sebanyak 3 responden (6.0%).

c. Deskriptif Variabel Lokasi

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.6
Deskriptif Lokasi

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	31	62.0	19	38.0	0	0	0	0	0	0	50	100
X3.2	31	62.0	19	38.0	0	0	0	0	0	0	50	100
X3.3	29	58.0	20	40.0	1	2.0	0	0	0	0	50	100
X3.4	27	54.0	20	40.0	3	6.0	0	0	0	0	50	100
X3.5	27	54.0	19	38.0	4	8.0	0	0	0	0	50	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

- Item pernyataan X3.1 menunjukkan jawaban tentang “Penghambat dalam kemacetan dalam perjalanan menjadi acuan perbaikan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden (62.0%), setuju 19 responden (38.0%).
- Item pernyataan X3.2 menunjukkan jawaban tentang “Cafe diperluas agar sangat jelas terlihat dari jalan besar”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden (62.0%), setuju 19 responden (38.0%).

3. Item pernyataan X3.3 menunjukkan jawaban tentang “Tidak ada arus mobilitas yang tinggi di sekitarnya memungkinkan aman untuk dilaluinya”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 29 responden (58.0%), setuju 20 responden (40.0%) dan kurang setuju 1 responden (2.0%).
4. Item pernyataan X3.4 menunjukkan jawaban tentang Lokasi parkir cukup luas untuk roda 2 dan 4”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden (54.0%), setuju 20 responden (40.0%) dan kurang setuju 3 responden (6.0%).
5. Item pernyataan X3.5 menunjukkan jawaban tentang “Kenyaman saat berada di cafe menjadi prioritas”. Responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 3 responden (10,0%), netral sebanyak 3 responden (10,0%), setuju sebanyak 19 responden (63,3%), dan sangat setuju sebanyak 5 responden (16,7%).

d. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Deskriptif Keputusan Pembelian Konsumen

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	32	64.0	18	36.0	0	0	0	0	0	0	50	100
Y2	28	56.0	22	44.0	0	0	0	0	0	0	50	100
Y3	27	54.0	22	44.0	1	2.0	0	0	0	0	50	100
Y4	26	52.0	22	44.0	2	4.0	0	0	0	0	50	100
Y5	27	54.0	20	40.0	3	8.0	0	0	0	0	50	100

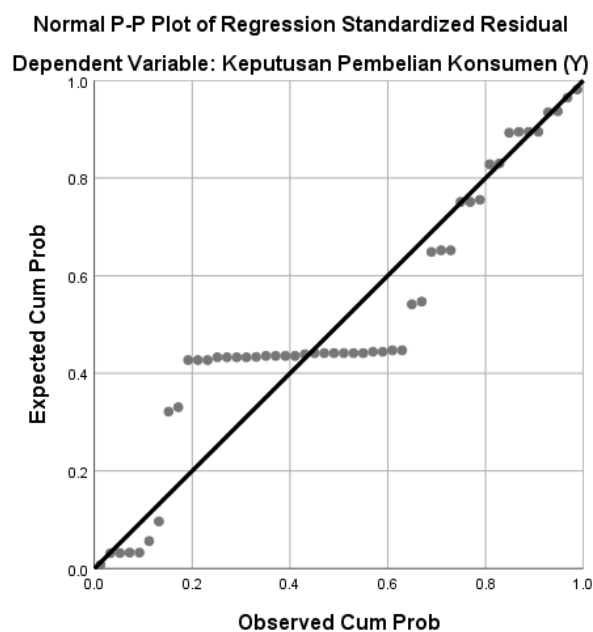
Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

1. Item pernyataan Y1 menunjukkan jawaban tentang “Ditambah akan pilihan produk sehingga beragam”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 32 responden (64.0%), setuju 18 responden (36.0%).
2. Item pernyataan Y2 menunjukkan jawaban tentang “Makanan dan minuman yang disajikan harus belabel dan bermerk serta bermutu”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 28 responden (56.0%), setuju 22 responden (44.0%).
3. Item pernyataan Y3 menunjukkan jawaban tentang “Pelayanan dalam menjamu dan menghidangkan dengan sopan santun”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden (54.0%), setuju 22 responden (44.0%), dan kurang setuju sebanyak 1 responden (2.0%).
4. Item pernyataan Y4 menunjukkan jawaban tentang “Ada kepuasan ketika berada di cafe ini dengan yang diberikan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden (52.0%), setuju 22 responden (44.0%), dan kurang setuju sebanyak 2 responden (4.0%).
5. Item pernyataan Y5 menunjukkan jawaban tentang “Selalu ada menu paket yang ditawarkan di setiap harinya”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden (54.0%), setuju 20 responden (40.0%) dan kurang setuju sebanyak 3 responden (6.0%).

4. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:160).



Gambar 4.2

Uji Normalitas

Dari gambar grafik *Normal P-P Plot of Regressized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis tersebut, maka dapat dikatakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat normalitas.

b. Hasil Uji Multikolineritas

Menurut Ghazali (2016:105) menyatakan bahwa uji asumsi klasik Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini untuk mendeteksi ada tidaknya multikolineritas dalam model regresi berganda dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF dibawah 10 maka model tersebut bebas dari multikolineritas (Ghozali, 2016:106).

Tabel 4.8
Uji Multikolineritas

Coefficients^a

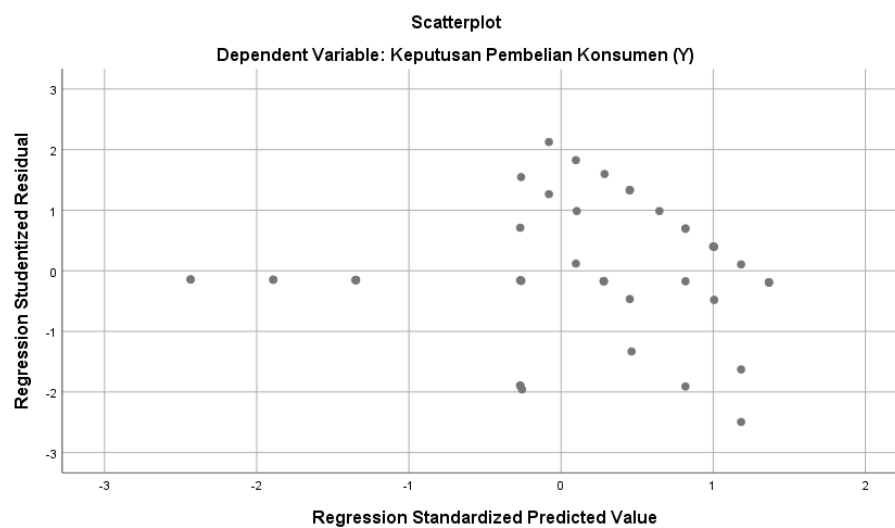
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.004	2.101		.002	.999		
Kualitas Produk (X1)	.669	.097	.635	6.886	.000	.701	1.426
Harga (X2)	.340	.100	.314	3.409	.001	.701	1.426
Lokasi (X3)	.669	.097	.635	6.886	.000	.701	1.426

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai tolerance semua variabel berada diatas 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolineritas, yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2011: 139-143).



Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar grafik *Scatterplot* yang di tampilkan untuk uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola yang jelas. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah (heteroskedastisitas) terhadap model regresi sehingga model ini dapat digunakan dalam menganalisis.

5. Hasil Analisis Regresi

a. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda dan merupakan penelitian *two-tail* dengan tingkat signifikansi (α) 0,05. Perhitungan model regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan SPSS 25.

Tabel 4.9
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.004	2.101		.002	.999		
Kualitas Produk (X1)	.669	.097	.635	6.886	.000	.701	1.426
Harga (X2)	.340	.100	.314	3.409	.001	.701	1.426
Lokasi (X3)	.669	.097	.635	6.886	.000	.701	1.426

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 2,101 + 0,097 X_1 + 0,100 X_2 + 0,097 X_3$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta (a)

Ini berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat (Y) sebesar 2,101.

2. (X1) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X1 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,097. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,097 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3. (X2) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X2 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,100. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,100 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. (X3) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X3 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,097. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,097 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara individu atau parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil Uji t didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10
Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.004	2.101		.002	.999		
Kualitas Produk (X1)	.669	.097	.635	6.886	.000	.701	1.426
Harga (X2)	.340	.100	.314	3.409	.001	.701	1.426
Lokasi (X3)	.669	.097	.635	6.886	.000	.701	1.426

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Pada tabel diatas menunjukkan hasil dari dua uji yaitu bahwa hasil Uji t dengan taraf signifikan 0,05 Kemudian uji t terbukti bahwa :

1. Pengaruh Variabel (X1) terhadap (Y) atau H1

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig 0,000 < 0,005 dan t hitung 6,886 > t tabel 2,012 maka H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel X1 dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X1 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

2. Pengaruh Variabel (X2) terhadap (Y) atau H2

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig 0,273 > 0,005 dan t hitung 1,121 < t tabel 2,012 maka H2 diterima dan H0 ditolak. Variabel X2 dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai hubungan

yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X2 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

3. Pengaruh Variabel (X3) terhadap (Y) atau H3

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig $0,000 < 0,005$ dan t hitung $6,886 > t$ tabel $2,012$ maka H3 diterima dan H0 ditolak. Variabel X3 dapat disimpulkan bahwa variabel X3 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X3 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

c. Uji F (Simultan)

Uji F dalam model ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.095	2	84.547	60.404	.000 ^b
	Residual	65.785	47	1.400		
	Total	234.880	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Dari tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 60,404 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{hitung} (60,404) > F_{tabel} (3,191), dan nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai sig 0,000 < 0,05; maka H_4 diterima dan H_0 ditolak, disimpulkan X1, X2, dan X3 mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) dan secara signifikan terhadap Y yang mana secara simultan diterima.

d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar varian dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam hal ini untuk mengukur pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y.

Tabel 4.12
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.720	.708	1.183

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Harga (X2), Kualitas Produk (X3)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan untuk nilai R^2 diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,708. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 70,8%,

sedangkan sisanya sebesar 20,2% dapat dijelaskan variabel lain diluar penelitian ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F dapat diketahui bahwa hasil penelitian yang diperoleh yaitu variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat. Hal ini berarti bahwa konsumen dalam melakukan pembelian terlebih dahulu melihat kualitas produk, harga dan lokasi di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat yang akan dikunjungi sebelum memutuskan untuk membelinya.

Besarnya sumbangan kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam penelitian ini sebesar 70,8%, sedangkan sisanya sebesar 20,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. peneliti mengasumsikan bahwa faktor lain tersebut bisa berasal dari cara pelayanan. Dengan pelayanan yang baik dari penjual mungkin saja menentukan dalam keputusan konsumen dalam melakukan pembelian yang ada di Rantauprapat. Namun yang diteliti secara khusus dalam penelitian ini hanyalah faktor kualitas produk, harga dan lokasi saja.

Secara parsial, semua variabel berpengaruh positif dan signifikan berikut penjelasannya;

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat.

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat. Kondisi tersebut dapat dilihat dari koefisien variabel Kualitas produk yang bernilai $\text{sig } 0,000 < 0,005$ dan $t \text{ hitung } 6,886 > t \text{ tabel } 2,012$. Dalam menentukan keputusan konsumen ditentukan dengan kualitas produk. Dimana dalam menjalankan suatu usaha produk maupun jasa yang di jual harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas, perusahaan harus perlu terus meningkatkan kualitas produknya. Jika kualitas produk bagus dan berkualitas baik dari segi bahan baku ataupun pengemasannya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk.

Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muryani (2001) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya”. Variabel yang diteliti dalam hal ini untuk variabel independennya adalah faktor pendidikan, penghasilan, harga, kualitas, distribusi, dan promosi. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan, penghasilan, harga, kualitas, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian air minum mineral di Kotamadya Surabaya.

2. Pengaruh Harga terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat. Kondisi tersebut dapat dilihat dari koefisien variabel harga yang bernilai $\text{sig } 0,273 > 0,005$ dan $t \text{ hitung } 1,121 < t \text{ tabel } 2,012$. Dalam menentukan keputusan konsumen ditentukan dengan harga pembelian dange. Jika Dalam menentukan keputusan pembelian konsumen ditentukan dengan harga produk karena harga bukan hanya angka-angka di label harga dimana dijelaskan di dalam hukum penawaran apabila peningkatan harga pasar akan mengakibatkan peningkatan kuantitas yang ditawarkan, dan penurunan harga pasar akan mengakibatkan penurunan kuantitas yang ditawarkan. Sehingga penentuan harga sangat penting dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Faris Nabhan (2005) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu”. Jumlah responden sebanyak 50 orang yang dapat diperhitungkan dengan metode Accidental Sampling (memilih sampel dari orang yang paling mudah dijumpai atau diakses). Variabel yang diteliti dalam hal ini untuk variabel independennya adalah: produk, pelayanan, harga, tempat, promosi, dan kelas sosial. Sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, pelayanan, harga, tempat, promosi, dan kelas sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada rumah makan di Kota Batu.

3. Pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat. Kondisi tersebut dapat dilihat dari koefisien variabel lokasi yang bernilai $\text{sig } 0,000 < 0,005$ dan $t \text{ hitung } 6,886 > t \text{ tabel } 2,012$. Dalam menentukan keputusan konsumen ditentukan dengan lokasi pembelian dange. Jika pemilihan lokasi merupakan faktor yang penting dalam mencapai keberhasilan sebuah usaha, yaitu menyangkut antara lain good visibility, easy access, convenience, curb side appeal, parking. Hal ini memberikan bukti empiris bahwa lokasi akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian konsumen di Cafe Pondok Bang Haji Rantauprapat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andanawari, 2014. Dijelaskan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh lebih besar adalah kualitas produk, diikuti oleh harga dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah lokasi. Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan sekitar 50,6 % dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi dan kualitas produk.