

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan**

###### **a. Profil Perusahaan**

Teras kopi merupakan jenis usaha yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman, berdiri pada tahun 2020 teras kopi menarik perhatian warga sekitarnya, karena teras kopi di desain dengan tampilan yang membuat nyaman sehingga dari awal pendiriannya sampai sekarang teras kopi memiliki pelanggan yang cukup banyak.

Pada awal pendiriannya menggunakan modal 200, untuk mendesain tempat dan membeli segala perlengkapannya. Pada awal pendiriannya, teras kopi hanya memiliki 2 karyawan dan bapak ade sebagai kasir, namun dalam 3 bulan berjalan teras kopi telah memiliki 6 orang karyawan hingga sekarang.

Teras kopi beroperasi setiap hari mulai jam 11 siang hingga jam 11 malam, setiap harinya teras kopi selalu ramai di kunjungi pelanggan, terutama para remaja yang menjadikan cafe terasawara sebagai tempat nongkrong, karena diteraswara juga menyediakan live music sebagai sarana agar konsumen menjadi lebih nyaman berada di teras kopi. Café teraswara akan selalu meningkatkan pelayanannya didalam memberikan kepuasan bagi para pelanggan yang datang.

**b. Visi dan Misi**

Visi dan misi teras kopi adalah sebagai berikut :

**VISI :**

Pelayanan terbaik adalah kunci keberhasilan suatu usaha

**Misi :**

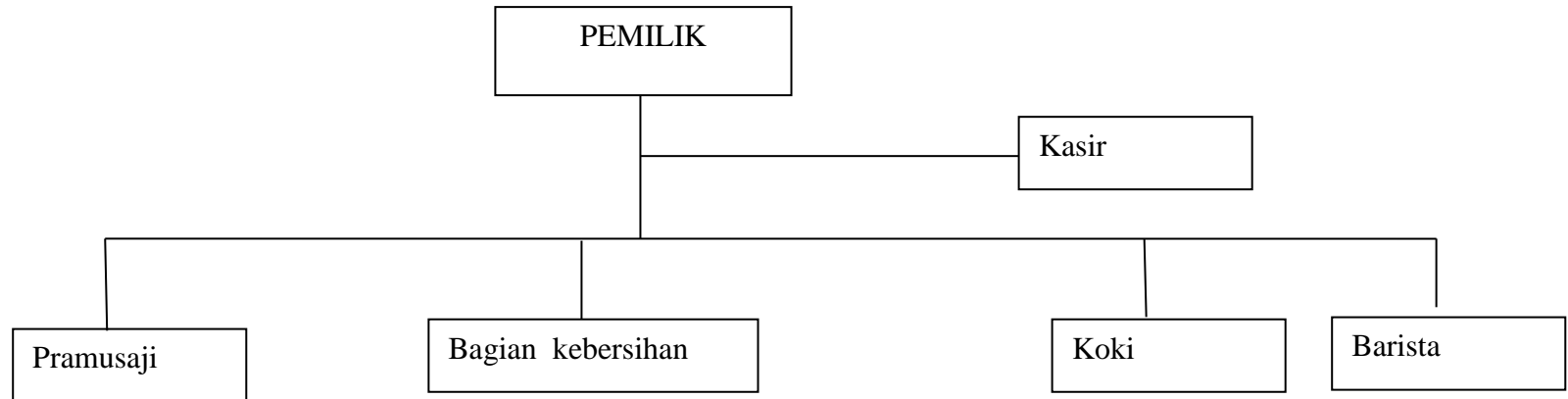
Prima dalam pelayanan lezat dalam rasa ramah dalam harga.

**c. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi merupakan susunan secara sistematis mengenai jabatan didalam suatu organisasi atau perusahaan, Struktur Organisasi dapat digunakan untuk melihat posisi kepala bagian dan divisi yang menjadi tanggung jawabnya.

Adapun Struktur teras kopi dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini

**STRUKTUR ORGANISASI TERAS KOPI**



**Gambar 4.1**

**d. Tugas dan Tanggung jawab****1) Pemilik**

Tugas nya adalah :

1. Bertanggung jawab terhadap kebijakan cafe
2. Mengawasi keberlangsungan kegiatan operasional
3. Memikirkan inovasi-inovasi baru
4. Menggaji karyawan
5. Memberikan kenyamanan bagi para pelanggan

**2) Kasir**

Tugasnya adalah :

1. Menerima uang
2. Membuat pembukuan cafe
3. Memberikan laporan kepada pemilik

**3) Pramusaji**

Tugasnya adalah :

1. Melayani konsumen
2. Memastikan kenyamanan konsumen
3. Menerima pembayaran
4. Memberikan laporan kepada pemilik

**4) Bagian kebersihan**

Tugasnya adalah :

1. Memastikan kebersihan cafe

2. Memastikan kenyamanan konsumen
3. Mencuci piring
4. Menjaga suasana café agar tetap rapi, bersih dan wangi

**5) Koki**

Tugasnya adalah :

1. Menyiapkan makanan yang telah di pesan
2. Memastikan kenyamanan konsumen
3. Memasak

**6) Barista**

Tugasnya adalah :

1. Meayani konsumen
2. Memastikan kenyamanan konsumen
3. Membuat kopi

## 2. Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Teras kopi dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat umur.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	30	66,66
Perempuan	20	33,34
Total	50	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu 30 orang atau 66,66%, sedangkan perempuan 20 orang atau 33,34%.

### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sarjana	15	41,66
SMA/ sederajat	35	58,34
Total	50	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa responden yang berpendidikan SMA Sederajat yaitu 35 orang atau 58,34%. Sedangkan yang berpendidikan sarjana yaitu 15 orang atau 41,66% .

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah	Persentase
<23 Tahun	37	61,66
>23 Tahun	13	38,34
Total	50	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah dibawah 23 tahun sebanyak 37 orang atau 61,66%.

**3. Deskriptif Variabel Penelitian**

**a. Deskriptif Jawaban Responden Produk**

Deskriptif tentang produk pada Teras kopi dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

**Tabel 4.4**

**Tanggapan responden tentang Produk**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	25	50,0	25	50,0	-	-	-	-	-	-	50	100
2	22	44,0	28	56,0	-	-	-	-	-	-	50	100
3	14	28,0	36	72,0	-	-	-	-	-	-	50	100
4	26	52,0	24	48,0	-	-	-	-	-	-	50	100
5	21	42,0	29	58,0	-	-	-	-	-	-	50	100
6	21	42,0	29	58,0	-	-	-	-	-	-	50	100

7	21	42,0	29	58,0	-	-	-	-	-	-	50	100
8	21	42,0	29	58,0	-	-	-	-	-	-	50	100
9	26	52,0	24	48,0	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

### b. Deskriptif jawaban responden tentang harga

Deskriptif tentang harga pada Teras kopi dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan responden tentang harga**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	29	48,3	21	51,7	-	-	-	-	-	-	50	100
2	29	48,3	21	51,7	-	-	-	-	-	-	50	100
3	29	48,3	21	51,7	-	-	-	-	-	-	50	100
4	28	46,7	22	53,3	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023



**c. Deskriptif jawaban responden tentang suasana toko**

Deskriptif tentang suasana toko pada Teras kopi dapat dilihat pada tabel

4.6 berikut ini :

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan responden tentang suasana toko**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	28	46,7	22	53,3	-	-	-	-	-	-	50	100
2	35	58,3	15	41,7	-	-	-	-	-	-	50	100
3	29	48,3	21	51,7	-	-	-	-	-	-	50	100
4	21	35,0	29	65,0	-	-	-	-	-	-	50	100
5	28	46,7	22	53,3	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

#### d. Deskriptif jawaban responden tentang lokasi

Deskriptif tentang lokasi di Teras kopi dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan responden tentang lokasi**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	28	46,7	22	53,3	-	-	-	-	-	-	50	100
2	26	46,3	24	53,7	-	-	-	-	-	-	50	100
3	28	46,7	22	53,3	-	-	-	-	-	-	50	100
4	25	41,7	25	58,3	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

### e. Deskriptif jawaban responden tentang keputusan pembelian

Deskriptif tentang keputusan pembelian pada Teras kopi dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini :

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan responden tentang keputusan pembelian**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	22	36,7	28	63,3	-	-	-	-	-	-	50	100
2	29	48,3	21	51,7	-	-	-	-	-	-	50	100
3	34	56,7	16	43,3	-	-	-	-	-	-	50	100
4	27	45,0	23	55,0	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

## 4. Analisis Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

- Tampilan grafik histogram

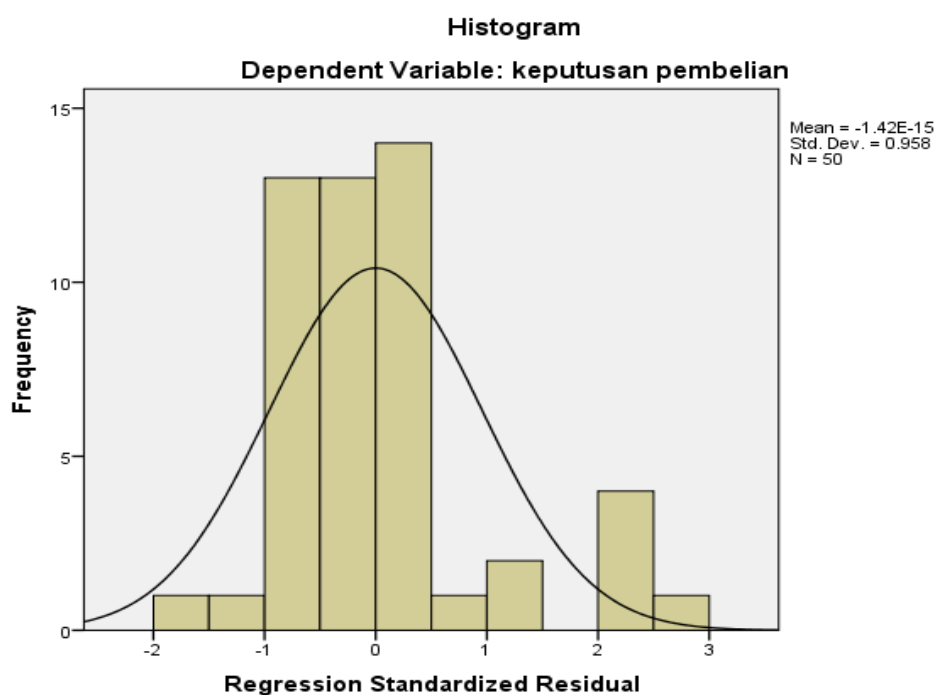
Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan kekanan.

- grafik Normal PP plot.

Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis

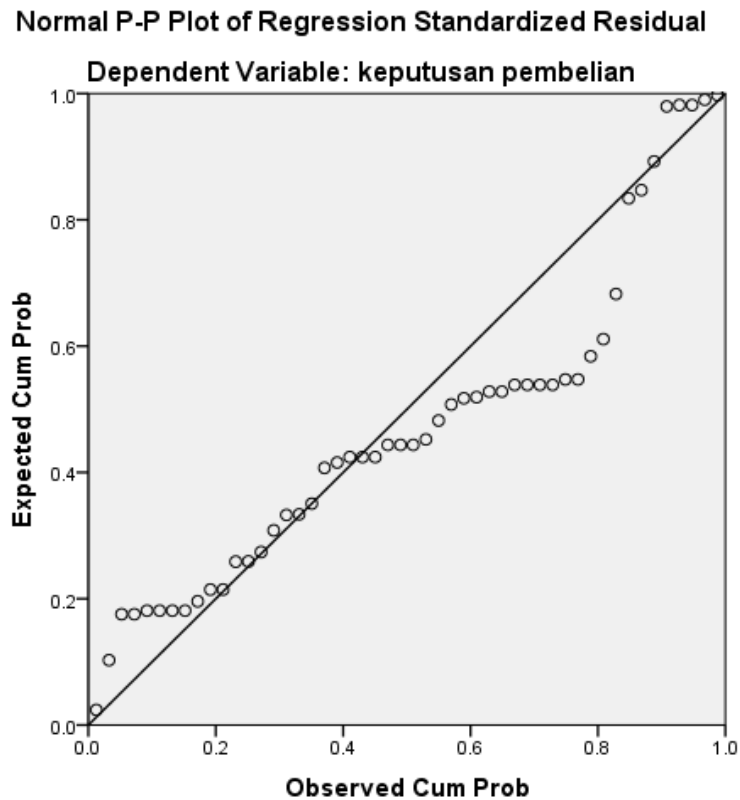
diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.



**Gambar 4.2**  
**Grafik Histogram**

Tampilan grafik histogram diatas memberikan pola distribusi normal Karena menyebar secara merata kekiri dan kekanan, serta terbentuk bentuk lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal.



**Gambar 4.3**

**Grafik Normal P-P Plot**

Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, Sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak nya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis collinearity statistik.

Multikolinieritas terjadi apabila (1) nilai *tolerance* ( $Tolerance > 0.10$  dan (2) *Variance inflation faktor* ( $VIF < 10$ ). Hasil pengujian untuk uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.9**  
**Uji Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Produk	.155	6.455
Harga	.346	2.888
suasana took	.175	5.723
Lokasi	.314	3.184

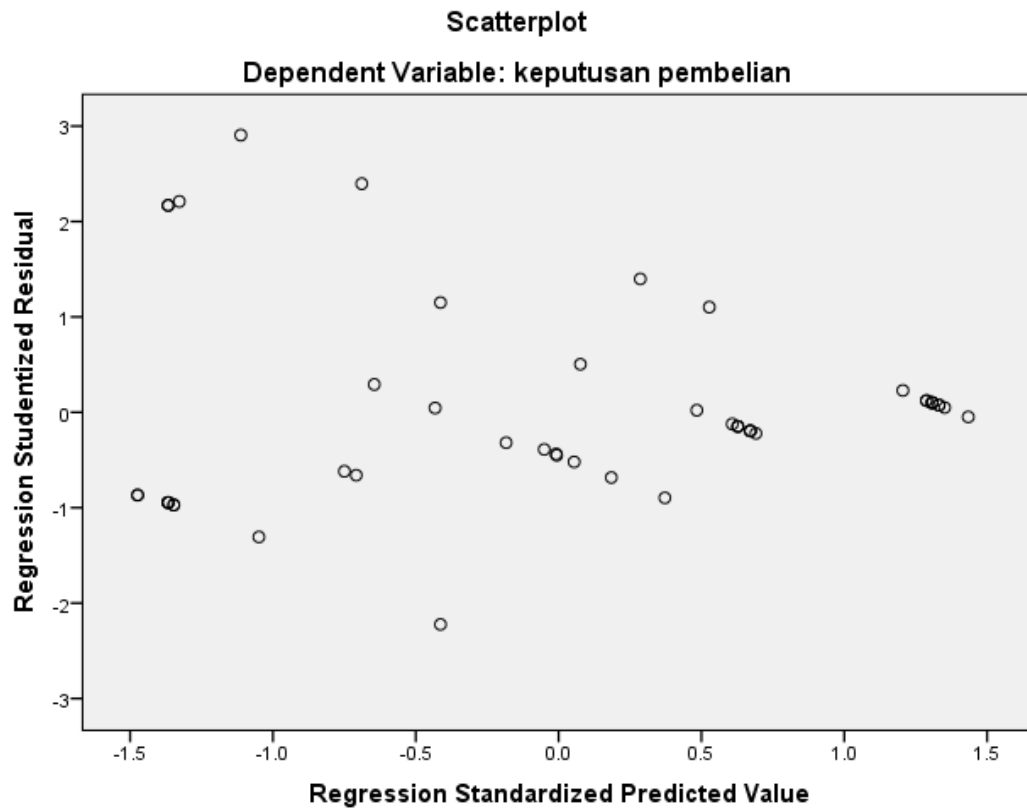
Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 4.9 di atas memperlihatkan nilai tolerance variabel produk adalah 0,155 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 6,455 lebih kecil dari 10, nilai

tolerance variabel harga adalah 0,346 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 2,888 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel suasana toko adalah 0,175 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 5,723 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel lokasi adalah 0,314 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 3,184 lebih kecil dari 10. Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

### **c. Uji Heteroskedaritas**

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedaritas. Hasil pengujian heteroskedaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :



**Gambar 4.4**  
**Uji Heteroskedaritas**

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol,serta tidak membentuk pola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis penelitian ini tidak terdapat unsur heteroskedaritas.



## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

### a. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.941	2.035		2.428	.019
1 produk	.046	.119	.096	2.391	.028
1 harga	.071	.172	.068	2.411	.023
1 suasana toko	.359	.215	.387	2.667	.012
1 lokasi	.355	.168	.367	2.119	.040

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 4,941 + 0,046 + 0,071 + 0,359 + 0,355$$

1. Koefisien regresi produk menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,046. Berarti setiap peningkatan produk sebesar 0,046 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,046.
2. Koefisien regresi harga menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,071. Berarti setiap peningkatan harga sebesar 0,071 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,071.

3. Koefisien regresi suasana toko menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,359. Berarti setiap peningkatan suasana toko sebesar 0,359 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,359.
4. Koefisien regresi lokasi menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,355. Berarti setiap peningkatan lokasi sebesar 0,355 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,355.
5. Nilai Konstanta sebesar 4,941 menunjukkan bahwa keputusan pembelian sebesar 4,941 tanpa adanya pengaruh dari produk, harga, suasana toko dan lokasi.

#### **b. Uji Parsial (Uji T)**

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah secara parsial variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependent. Hasil uji t dapat dilihat 4.11 dibawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Uji parsial (Uji T)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.941	2.035		2.428	.019
1 Produk	.046	.119	.096	2.391	.028
Harga	.071	.172	.068	2.411	.023
suasana toko	.359	.215	.387	2.667	.012
Lokasi	.355	.168	.367	2.119	.040

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 20 :2023

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$ . Diketahui  $T_{\text{tabel}}$  pada distribusi  $Df_1=0,05:2= 0,025$ ,  $Df_2=n-k =50-5=50$ , sehingga  $t_{\text{tabel}}$  dapat diketahui dengan melihat tabel  $t$  pada kolom ke 0,025 pada baris ke 50 yaitu 2,004.

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa :

1. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk produk adalah sebesar 2,391,  $t_{\text{tabel}}$  2,004 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ), dengan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk harga adalah sebesar 2,411,  $t_{\text{tabel}}$  2,004 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ), dengan nilai signifikan  $0,023 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan

ha diterima. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Nilai t hitung untuk suasana toko adalah sebesar 2,667, t tabel 2,004 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,012 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Nilai t hitung untuk lokasi adalah sebesar 2,119, t tabel 2,004 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,040 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### c. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah variabel independent memberikan pada Teras kopi.

**Tabel 4.12**  
**Uji Simultan (F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	61.343	4	15.336	15.344	.000 <sup>b</sup>
Residual	44.977	45	.999		
Total	106.320	49			

(Sumber : Data diolah menggunakan SPSS windows 20, 2023)

Nilai F tabel pada distribusi  $Df_1=k$ ,  $df_2=n-1-k=50-1-5=53$ , sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 5 pada baris ke 53 yaitu 2,38, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung  $15,344 > 2,38$ , dan nilai

signifikan  $0,000 < 0,05$ , ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

#### d. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.13**

#### **Determinasi**

#### **Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 <sup>a</sup>	.577	.539	1.000

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,539. Hal ini berarti 53,90% variabel independent yaitu variabel produk, harga, suasana toko dan lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen, dan sisanya sebesar 46,10% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti daftar menu, kenyamanan dll.

## **B. Pembahasan**

### **1. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian**

Koefisien regresi produk menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,046. Berarti setiap peningkatan produk sebesar 0,046 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,046.

Nilai t hitung untuk produk adalah sebesar 2,391, t tabel 2,004 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan Penelitian yang telah dilakukan berhubungan dengan pemasaran produk adalah penelitian yang dilakukan oleh Agung lesmana (2012) dengan judul “Pengaruh Produk, dan Lingkungan kerja terhadap kepuasan konsumen konsumen pada toko Anugrah” hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- a) Secara parsial variabel Produk berpengaruh terhadap variabel dependent, hal ini ditunjukkan dari Nilai T hitung > T tabel ( $2,988 > 2,042$ ) dengan nilai signifikan ( $0,001 < 0,05$ ).
- b) Secara parsial variabel Lingkungan kerja berpengaruh terhadap variabel dependent, hal ini ditunjukkan dari Nilai T hitung > T tabel ( $3,078 > 2,042$ ) dengan nilai signifikan ( $0,001 < 0,05$ ).
- c) Secara simultan variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent, hal ini terlihat dari nilai F hitung > F tabel.

Dan secara keseluruhan penelitian berpengaruh sebesar 65,78%.

## **2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian**

Koefisien regresi harga menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,071. Berarti setiap peningkatan harga sebesar 0,071 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,071.

Nilai t hitung untuk harga adalah sebesar 2,411, t tabel 2,004 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,023 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

hal ini sejalan dengan Penelitian yang telah dilakukan berhubungan dengan persaingan adalah Penelitian yang dilakukan oleh Ramly (2011) dengan judul “Pengaruh persaingan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Pt. Bumi agung, Malang.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai T tabel  $3,342 > 2,045$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai T tabel  $2,876 > 2,045$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **3. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian**

Koefisien regresi suasana toko menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,359. Berarti setiap peningkatan suasana toko sebesar 0,359 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,359.

Nilai  $t$  hitung untuk suasana toko adalah sebesar 2,667,  $t$  tabel 2,004 ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel), dengan nilai signifikan  $0,012 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Siti Hamida (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh suasana toko dan lokasi kerja Terhadap Keputusan pembelian Pada Grand Permata Hotel” hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut Secara parsial suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,665 > 2,042$ ) dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ ), lokasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $4,630 > 2,042$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ ), Secara simultan variabel suasana toko dan lokasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada grand permata hotel, hal ini diambil kesimpulan dari nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $78,388 > 3,33$ ) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil determinan sebesar 0,833 atau 83,30 %, hal ini berarti suasana toko dan lokasi kerja memberikan pengaruh



sebesar 83,30%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti suasana toko, diskon, dll.

#### **4. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen**

Koefisien regresi lokasi menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,355. Berarti setiap peningkatan lokasi sebesar 0,355 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,355.

Nilai t hitung untuk lokasi adalah sebesar 2,119, t tabel 2,004 ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ), dengan nilai signifikan  $0,040 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Sudiono (2015) dengan judul “Pengaruh persaingan dan kelengkapan lokasi terhadap kepuasan konsumen pelanggan pada Toko Sejahtera.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan, dengan nilai T tabel  $4,630 > 2,045$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan, dengan nilai T tabel  $2,432 > 2,045$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan lokasi <sup>berpengaruh</sup> positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan.

## **5. Produk, harga, suasana toko dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian**

Nilai Konstanta sebesar 4,941 menunjukkan bahwa keputusan pembelian sebesar 4,941 tanpa adanya pengaruh dari produk, harga, suasana toko dan lokasi.

Nilai F tabel pada distribusi  $Df_1=k$ ,  $df_2=n-1-k=50-1-5=53$ , sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 5 pada baris ke 53 yaitu 2,38, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung  $15,344 > 2,38$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,539. Hal ini berarti 53,90% variabel independent yaitu variabel produk, harga, suasana toko dan lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen, dan sisanya sebesar 46,10% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti daftar menu, kenyamanan dll.