

## **BAB III**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEBERAGAMAN MENU, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ANGKRINGAN ARIESTA**

Pada bab ini disajikan analisis dari masing-masing variabel kualitas pelayanan, keberagaman produk, harga dan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sebelumnya telah diolah menggunakan software *Microsoft Excel* dan *SPSS for windows version 22.0*. data yang diolah diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner kepada sebanyak 100 responden. Sebagai responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang Berkunjung atau mengkonsumsi makanan dan minuman di Angkringan Ariesta, mengetahui informasi mengenai pesaing, serta menjadi pengambil keputusan dalam pembelian.

Proses pengolahan data dilakukan terlebih dahulu melalui pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reabilitas. Selanjutnya peneliti akan memaparkan interpretasi hasil penelitian melalui analisis tabel distribusi frekuensi, dan tabulasi silang. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melalui uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linier sederhana, dan uji regresi linier berganda.

#### **3.1 Uji Instrumen**

Uji instrument penelitian dilakukan untuk mengetahui validitas (ketepatan) instrument penelitian. Sementara uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur keajegan alat ukur penelitian. Pengujian ini akan disampaikan guna memberikan penanggungjawaban secara ilmiah.

### 3.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan item pertanyaan dalam kuesioner, apakah item pertanyaan mampu menggambarkan dan menjelaskan variabel yang diteliti. Menurut Ghazali (2007 ; 49) suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif. Dikatakan valid apabila indikator yang terdapat dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur baik buruknya kualitas pelayanan, keberagaman produk, harga, dan keputusan pembelian.

Nilai  $r$  hitung diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS sedangkan nilai  $r$  tabel diperoleh dengan menghitung *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, maka  $100 - 2 = 98$  dengan probabilitas atau tingkat kepercayaan 10% sehingga diketahui  $r$  tabel adalah 0,1654. Adapun kaidah yang berlaku adalah:

- a Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,1654), maka indikator valid
- b Jika  $r$  hitung  $\leq$   $r$  tabel (0,1654) maka indikator tidak valid

Rekapitulasi hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan, keberagaman produk, kebijakan harga, dan keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel :

**Tabel 3.1**  
**Uji Validitas Kuesioner**

Variabel	Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	P1	0,477	0,1654	VALID
	P2	0,491	0,1654	VALID
	P3	0,375	0,1654	VALID

	P4	0,351	0,1654	VALID
	P5	0,369	0,1654	VALID
	P6	0,499	0,1654	VALID
	P7	0,279	0,1654	VALID
	P8	0,358	0,1654	VALID
	P9	0,242	0,1654	VALID
	P10	0,174	0,1654	VALID
	P11	0,176	0,1654	VALID
	P12	0,379	0,1654	VALID
	P13	0,238	0,1654	VALID
Keberagaman	P1	0,484	0,1654	VALID
Menu	P2	0,695	0,1654	VALID
	P3	0,660	0,1654	VALID
Harga	P1	0,482	0,1654	VALID
	P2	0,635	0,1654	VALID
	P3	0,689	0,1654	VALID
Keputusan Pembelian	P1	0,643	0,1654	VALID
	P2	0,742	0,1654	VALID
	P3	0,782	0,1654	VALID
	P4	0,585	0,1654	VALID

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.1 diatas dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, keberagaman produk, harga, dan keputusan pembelian memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel

yaitu 0,1654. Dengan hasil tersebut maka semua butir pertanyaan yang mewakili variabel-variabel tersebut adalah valid sehingga item yang digunakan layak untuk diujikan.

### 3.3 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau konstan dari waktu ke waktu (Ghozali 2007 :41). Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang sudah dikembangkan oleh *Alpha Cronbach*. Pada uji reliabilitas ini,  $\alpha$  dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,6 ( Ghozali, 2007 :42 ).

- a Jika angka reliabilitas *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka instrumen tersebut reliabel, kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan.
- b Jika angka reliabilitas *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka instrumen tersebut tidak reliabel, kuesioner tidak dapat dipercaya dan tidak dapat digunakan

Berikut ini disajikan tabel pengujian reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan ( $X^1$ ), keberagaman menu ( $x^2$ ), harga ( $x^3$ ) dan keputusan pembelian ( Y ) adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Uji Reliabilitas Kuesioner**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,631	0,60	Reliabel
Keberagaman Menu	0,708	0,60	Reliabel
Harga	0,704	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,774	0,60	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel bebas yaitu variabel kualitas pelayanan ( $X^1$ ), keberagaman menu ( $X^2$ ), harga ( $X^3$ ) dan variabel terikat keputusan

pembelian (Y) memiliki hasil perhitungan *Cronbach Alpha* > 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel, sehingga layak untuk dilanjutkan ke pengujian hipotesis selanjutnya.

### **3.4 Analisis Deskripsi Variabel**

#### **3.4.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2008:85) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan gambaran pelaksanaan pelayanan yang berjalan sesuai dengan yang ditetapkan oleh perusahaan. Guna mengetahui kualitas pelayanan yang dimiliki, perusahaan tidak bisa menentukan sendiri keberhasilannya, tetapi harus melibatkan para konsumen di dalamnya, karena konsumen yang menerima pelayanan dari perusahaan. Adapun persepsi responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas pelayanan ini adalah sebagai berikut:

##### **3.4.1.1 Bukti Fisik (Tangibles)**

Bukti fisik merupakan atribut-atribut jasa yang dapat dilihat secara nyata/berwujud di Angkringan Ariesta. Pada penelitian ini, variabel bukti fisik menggunakan 4 indikator pertanyaan yang diajukan kepada setiap responden, meliputi: Kualitas penyediaan tempat, Kebersihan tempat, Penerangan tempat, Area parkir yang memadai.

##### **1. Penyediaan tempat pada Angkringan Ariesta.**

Ketersediaan tempat yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman untuk bersantap di angkringan tersebut. Angkringan Ariesta berada diantara pinggir jalan besar dan disekitar area pertokoan dan juga perumahan.

Berikut merupakan tabel yang menyajikan data persepsi responden tentang penyediaan tempat Angkringan Ariesta:

**Tabel 3.3**  
**Penyediaan tempat pada Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0
2	Baik	46	46
3	Netral	51	51
4	Tidak Baik	3	3
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.3 diatas dapat dilihat bahwa persentase terbesar ada pada jawaban netral, yaitu sebanyak 51% responden. Sebanyak 46% responden menyatakan baik jika penyediaan tempat di Angkringan Ariesta sudah baik, hal ini dikarenakan Angkringan Ariesta berada dipinggir jalan besar yang mempunyai ruang yang luas dan memiliki halaman cukup luas di teras kios atau toko. Kemudian, sebanyak 3% responden menjawab dengan jawaban tidak setuju terhadap penyediaan tempat pada Angkeingan Ariesta. Hal ini dikarenakan konsumen datang pada malam hari yang biasanya di malam hari sudah sangat ramai pengunjung atau pembeli pada angkringan ariesta, sehingga pengunjung yang baru datang pada malam hari itu tidak mendapatkan tempat untuk bersantap makanan di Angkringan Ariesta.

## **2. Kebersihan sekitar Angkringan Ariesta**

Kebersihan area sekitar Angkringan Ariesta yang baik akan membuat konsumen merasa yakin untuk bersantap di angkringan tersebut. Di lapangan sendiri, angkringan ariesta berada di Pinggir jalan besar dan terletak di samping selokan untuk gerobak tempat penyajian

makanan dan minuman, tetapi meskipun disamping selokan, Angkringan Ariesta memiliki lingkungan yang bersih. Angkringan Ariesta sendiri juga mempunyai cara penyajian untuk menyantap makanan dan minuman dengan cara duduk lesehan, serta di setiap alas tikar tempat konsumen bersantap selalu disediakan tempat sampah untuk membuang bungkus dari nasi bungkus.

Berikut adalah tanggapan responden mengenai kebersihan sekitar pada Angkringan Ariesta:

**Tabel 3.4**  
**Kebersihan sekitar Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Bersih	1	1
2	Bersih	42	42
3	Netral	51	51
4	Tidak Bersih	6	6
5	Sangat Tidak Bersih	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.4 diatas diatas dapat dilihat bahwa prosentase yang menjawab sangat bersih sebanyak 1%, dan persentase terbesar ada pada jawaban netral, yaitu sebanyak 51% responden. Sebanyak 42% responden menyatakan bersih jika area sekitar Angkringan Ariesta memiliki tempat yang bersih, hal ini dikarenakan Angkringan Ariesta memiliki tempat sampah sendiri disetiap alas tikar untuk membuat sampah, jadi kebersihan disekitar angkringan cukup terjamin dan terjaga. Kemudian, sebanyak 6% responden menjawab dengan jawaban tidak bersih terhadap kebersihan sekitar Angkringan Ariesta. Hal ini dikarenakan saat jam malam sangat ramai pengunjung, sehingga ada beberapa konsumen yang tidak membuang sampah pada tempatnya dan belum sempat dibersihkan oleh pengelola.

### **3. Penerangan pada Angkringan Ariesta**

Penerangan pada angkringan ariesta yaitu menggunakan penerangan listrik jalan dan lampu emergenzi. Lampu emergenzi ini digunakan karena bagian pojok angkringan yang tidak terjangkau oleh lampu penerangan jalan.

Berikut adalah tanggapan responden mengenai Penerangan yang ada di Angkringan Ariesta:

**Tabel 3.5**  
**Penerangan pada Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Terang	0	0
2	Terang	63	63
3	Netral	36	36
4	Tidak Terang	1	1
5	Sangat Tidak Terang	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.5 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden, atau sebanyak 63% responden menjawab terang. kemudian Sebanyak 36% menyatakan netral jika penerangan di Angkringan Ariesta, hal ini disebabkan karena kondisi tempat yang dipinggir jalan raya sehingga dalam hal penerangan tempat di bantu dengan lampu listrik jalan yang berada pada jalur pembatas tengah jalan raya. Lalu sebanyak 1% menyatakan tidak terang jika Penerangan di Angkringan Ariesta tidak baik, hal ini dikarenakan konsumen duduk di sudut tempat atau dipojok yang kebetulan saat peneliti membagikan kuesioner baterai lampu emergenzi angkringan dalam keadaan habis sehingga lampu menjadi redup.

#### **4. Tanggapan Responden Tentang Area parkir pada Angkringan Ariesta**

Angkringan ariesta tidak mempunyai lahan parkir sehingga untuk lahan parkirnya menggunakan bahu jalan, jadi untuk area parkir sangat luas dan mampu menampung banyak motor-mobil.



Berikut Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan tentang area parkir yang memadai di Angkringan Ariesta:

**Tabel 3.6**  
**Area Parkir Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Memadai	0	0
2	Memadai	53	53
3	Netral	43	43
4	Tidak Memadai	4	4
5	Sangat Tidak Memadai	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.6 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden (53%) berpendapat bahwa area parkir di Angkringan Ariesta memadai, kemudian responden yang menjawab netral sebesar 43%, dan ada 4% responden yang berpendapat bahwa area parkir Angkringan tidak memadai. Pendapat responden yang menunjukkan bahwa area parkir di Angkringan memadai dikarenakan menggunakan bahu jalan sehingga sangatlah luas dan mampu menampung banyak kendaraan baik mobil ataupun motor. Responden yang mengatakan netral adalah dikarenakan area parkir yang tersebut jika ramai kendaraan maka akan membuat konsumen sedikit lebih sulit untuk memarkirkan kendaraannya. lalu Responden yang menjawab tidak memadai dikarenakan jika konsumen memarkirkan terlalu dalam, maka akan terasa sulit untuk mengeluarkan kendaraannya karena terhalang oleh sepeda motor pengunjung lain.

#### **3.4.1.2 Reliability (Kehandalan)**

Kemampuan Angkringan Ariesta Semarang, dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Variabel kehandalan di Angkringan Arista, terdiri dari 2 indikator pertanyaan, yaitu Kemudahan dalam prosedur pemesanan makanan dan kebersihan makanan pada Angkringan Ariesta.

## 5. Kemudahan dalam prosedur pemesanan pada Angkringan Ariesta

Konsumen akan memesan makanan dan minuman melalui karyawan yang sudah *standby* di area gerobak atau tempat memesan. Untuk prosedur pemesanan, konsumen memesan minum kepada karyawan kemudian konsumen diberi piring besar untuk tempat makanan yang telah di ambil oleh konsumen, lalu konsumen mencari tempat duduk dan menunggu pesanan minuman di antar oleh karyawan.

Berikut adalah tanggapan responden mengenai kemudahan dalam prosedur pemesanan makanan pada Angkringan Ariesta:

**Tabel 3.7**

**Kemudahan dalam prosedur pemesanan pada Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Mudah	0	0
2	Mudah	53	53
3	Netral	44	44
4	Tidak Mudah	3	3
5	Sangat Tidak Mudah	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.7 diatas, responden sebesar 53% menyatakan bahwa karyawan mudah dihubungi saat pemesanan makanan dan minuman di Angkringan Ariesta, kemudian sebesar 44% mengatakan netral, dan 3% mengatakan sangat mudah. Dapat disimpulkan bahwa konsumen cukup mudah memesan makanan dan minuman karena terdapat karyawan yang berjaga/ *standby* di area gerai Angkringan.

## 6. Kebersihan Makanan pada Angkringan Ariesta

Kebersihan makanan di Angkringan Ariesta, terlihat pada cara pengemasan nasi dan penataan makanan yang rapi pada angkringan itu.

Nasi bungkus angkringan ariesta ini menggunakan bungkus dari kertas minyak yang bersih dan tidak menggunakan bungkus koran, karena kertas minyak mempunyai kelebihan yaitu tidak bocor, serta menarik. Untuk penempatan gorengan dan snack lainnya menggunakan tempat yang bersih juga berupa *Nampan* atau tampan yang di beda-bedakan jenis gorengan atau snacknya, makanan pada angkringan ariesta juga tidak di kelilingi lalat, jadi di jamin kebersihan makanannya.

Berikut adalah tanggapan responden mengenai kebersihan makanan pada Angkringan Ariesta:

**Tabel 3.8**  
**Tentang Kebersihan Makanan pada Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Bersih	0	0
2	Bersih	55	55
3	Netral	43	43
4	Tidak Bersih	2	2
5	Sangat Tidak Bersih	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.8 diatas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden (55%) berpendapat bahwa kebersihan makanan di Angkringan Ariesta baik (bersih). Namun, responden sebanyak 43% berpendapat bahwa kebersihan makanan netral, dikarenakan terkadang masih ditemui kerikil-kerikil sangat kecil di dalam makanan terutama di dalam nasi. Dan ada 2% responden menjawab tidak setuju dikarenakan ada peralatan makanan pada Angkringan Ariesta seperti sendok garpu ada beberapa yang berkerak seperti tidak dibersihkan.

### 3.4.1.3 Responsiveness ( Daya Tanggap )

Keinginan Angkringan Ariesta untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Variabel daya tanggap pada Angkringan Ariesta, meliputi 2 indikator yaitu Kesiediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen dan kesiediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen.

## 7. Kesiediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen

Kesiediaan karyawan dalam melayani konsumen angkringan ariesta berupaya untuk selalu memperhatikan kebutuhan serta keinginan dari konsumen.

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan mengenai kesiediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 3.9**  
**Kesiediaan Karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0
2	Baik	51	51
3	Netral	45	45
4	Tidak Baik	4	4
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	Total	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.9 diatas, sebagian besar (51%) responden menyatakan bahwa kesiediaan karyawan Angkringan Ariesta dalam melayani kebutuhan konsumen, telah baik. Namun masih ada responden sebesar 4% memberikan jawaban tidak baik, karena waktu yang diperlukan untuk menyediakan tissue sangat lama dan kurang tanggap dalam menjawab pertanyaan konsumen. Kemudian responden dengan jawaban (45%) memberikan pendapat bahwa kesiediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen netral. Dapat disimpulkan bahwa karyawan angkringan sudah baik dan bersedia dalam melayani kebutuhan konsumen.

## 8. Kesiediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen

Karyawan Angkringan dilatih untuk memiliki kemampuan merespon keluhan dari para konsumennya dan mampu untuk memberikan solusi dari setiap masalah yang dikeluhkan konsumen.

Berikut adalah tanggapan responden mengenai kesiediaan karyawan dalam melayani setiap konsumen :

**Tabel 3.10**  
**kesediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0
2	Baik	42	42
3	Cukup	50	50
4	Tidak Baik	8	8
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	Total	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.10 diatas dapat dijelaskan bahwa 42% responden menjawab baik dalam pelayanan respon konsumen, dan sebagian besar responden (50%) menyatakan bahwa karyawan Angkringan Ariesta netral dalam merespon setiap keluhan konsumen seperti lama menunggu pesanan datang, salah tempat dalam mengantarkan makanan, rasa makanan yang tidak stabil seperti terlalu manis, pedas, atau asin.. Hal ini dikarenakan karyawan yang langsung bergerak ke tempat konsumen, dan bertindak professional dengan memberikan solusi yang cekatan dan tidak mengecewakan. Namun sebagian kecil (8%) responden masih

merasakan lamban dari karyawan dalam merespon setiap keluhan. Secara keseluruhan karyawan Angkringan Ariesta terbilang baik dan cepat dalam melayani keluhan konsumen.

#### **3.4.1.4 Assurance ( Jaminan )**

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan Angkringan Ariesta, untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan/ pihak Angkringan. Variabel jaminan terdiri dari 3 indikator, yaitu karyawan bersikap ramah dan sopan kepada konsumen, kejujuran dalam pelayanan, dan keamanan dan kenyamanan saat menikmati jasa di Angkringan Ariesta.

### **9. Sikap Ramah dan Sopan Karyawan terhadap Konsumen**

Keramahan dan kesopanan karyawan Angkringan Ariesta dalam melayani konsumen yaitu dengan sikap bersahabat dan murah senyum yang ditunjukkan setiap karyawan ketika melayani konsumennya. Angkringan Ariesta sebagai usaha mikro yang bergerak dalam usaha kuliner, harus mempunyai sikap ramah dalam melayani konsumen. Sikap ramah para karyawan ditunjukkan dalam pelayanan pada konsumennya, yaitu dengan senyum dan gaya bicara yang sopan sehingga konsumennya merasa nyaman.

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan tentang karyawan bersikap ramah dan sopan terhadap setiap konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.11**  
**keramahan dan kesopanan karyawan terhadap setiap konsumen**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Ramah	4	4
2	Ramah	74	74

3	Netral	22	22
4	Tidak Ramah	0	0
5	Sangat Tidak Ramah	0	0
	Total	96	100

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.11 di atas, dapat dijelaskan bahwa 4% responden mengatakan sangat setuju, dan sebesar 74% responden mengatakan karyawan bersikap ramah terhadap setiap konsumen, sebesar 22% mengatakan cukup ramah. Keramahan karyawan di Angkringan Ariesta sudah baik, dikarenakan karyawan yang selalu menyambut dengan senyuman dan candaan terhadap konsumen, yang membuat konsumen terhibur dan senang.

#### **10. Kejujuran dalam pelayanan karyawan terhadap konsumen**

Kejujuran karyawan dalam menyampaikan informasi-informasi yang benar atas menu yang disajikan kepada konsumen serta kegiatan transaksi yang transparan, sehingga konsumen tidak perlu ragu dan akan selalu percaya atas seluruh pelayanan yang mereka terima.

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan mengenai kejujuran karyawan dalam pelayanan dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.12**  
**kejujuran karyawan dalam pelayanan**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Jujur	2	2
2	Jujur	67	67
3	Netral	31	31
4	Tidak Jujur	0	0
5	Sangat Tidak Jujur	0	0
	Total	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.12 di atas, dapat dijelaskan bahwa 2% responden menjawab sangat jujur, kemudian sebesar 67% responden menyatakan jujur, dan 31% responden menjawab netral. karena karyawan memiliki kejujuran dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen Angkringan Ariesta, secara keseluruhan karyawan angkringan memiliki kejujuran yang baik dalam memberikan informasi dan sesuai dengan porsi makanan yang dipesan.

### 11. Keamanan saat menikmati jasa di An gkringan Ariesta

Angkringan Ariesta memberikan jaminan atas keamanan dan terhindar dari perlakuan-perlakuan yang kurang menyenangkan, baik datang dari luar maupun dari dalam Angkringan Ariesta.

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan mengenai keamanan dan kenyamanan saat menikmati jasa di Angkringan Ariesta dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.13**  
**Keamanan Saat menikmati jasa di Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	1	1
2	Baik	58	47
3	Netral	41	53
4	Tidak Baik	0	0
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	Total	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.13 di atas, dapat dijelaskan bahwa sebesar 1% responden menjawab sangat baik, kemudian 58% menyatakan keamanan dan kenyamanan saat berada di Angkringan Ariesta, baik. Dan jawaban Responden 41% mengatakan netral



. Hal ini dikarenakan Angkringan telah sangat baik memberikan kenyamanan atas penataan dan pemilihan Alas serta tempat dan suasana yang nyaman, sehingga konsumen betah untuk berlama-lama sambil melakukan obrolan dan sebagainya. Kemudian, pihak Angkringan juga menjaga konsumen dari gangguan-gangguan yang bisa saja terjadi, seperti datangnya pengamen, pengemis, dan sebagainya untuk memasuki wilayah Angkringan sehingga akan menambah rasa aman kepada konsumen.

### 3.4.1.5 Empathy ( Empati )

Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi (hubungan), komunikasi, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu setiap konsumen yang baik dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Variabel empati terdiri dari 2 indikator, yaitu kemampuan karyawan dalam memahami setiap kebutuhan konsumen, dan karyawan mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual.

## 12. Kemampuan karyawan dalam memahami setiap kebutuhan konsumen

Kebutuhan konsumen seperti pelayanan yang cepat dan tepat, kebersihan alas tikar dari sisa makanan konsumen, kenyamanan tempat, serta keamanan diri konsumen, menjadi sangat penting untuk dapat dipenuhi, karena akan memberikan rasa puas atas adanya kesesuaian harapan dan tidak akan ragu dalam memutuskan suatu pembelian kembali.

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan mengenai kemampuan karyawan dalam memahami setiap kebutuhan konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.14**  
**kemampuan karyawan dalam memahami setiap kebutuhan konsumen**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Memahami	0	0
2	Memahami	47	47
3	Netral	53	53
4	Tidak Memahami	0	0
5	Sangat Tidak Memahami	0	0
	Total	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.14 di atas, dapat dijelaskan bahwa responden sebesar 47% menyatakan bahwa karyawan memahami setiap kebutuhan konsumen di Angkringan Ariesta, dan sebesar 53% mengatakan netral. Disimpulkan bahwa karyawan Angkringan Ariesta sudah baik dan mampu memahami setiap kebutuhan konsumen. Hal ini dibuktikan respon cepat yang dilakukan karyawan, dan selalu memperhatikan keinginan konsumen di Angkringan Ariesta. menunjukkan bahwa karyawan sudah dengan baik memahami setiap kebutuhan konsumen.

### **13. Kemampuan karyawan dalam mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual**

Karyawan angkringan dapat mengingat konsumen yang sebelumnya pernah berkunjung di Angkringan Ariesta.

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan tentang kemampuan karyawan dalam mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.15**  
**kemampuan karyawan dalam mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Mengenal	0	0
2	Mengenal	63	63
3	Netral	37	37
4	Tidak Mengenal	0	0
5	Sangat Tidak Mengenal	0	0
	Total	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.15 di atas, dapat dijelaskan bahwa responden sebesar 63% menyatakan jika karyawan mengenal konsumen sebagai pelanggan secara individual, dan sebesar 37% mengatakan netral. Hal ini terjadi dikarenakan sebesar 63% responden berasal dari dalam kota dan sudah melakukan pembelian berulang, hal ini menunjukkan bahwa

sebagian besar karyawan Angkringan Ariesta mengenal konsumen sebagai pelanggan secara individual dengan baik.

### 3.4.1.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

Setelah data yang dihimpun pada saat penyebaran kuesioner diolah, maka berikut ini merupakan rekapitulasi jawaban responden terkait kualitas pelayanan Angkringan Ariesta. Rekapitulasi ini difungsikan untuk mengetahui gambaran indikator-indikator mana yang sekiranya dapat memberikan penilaian kualitas pelayanan yang baik atau buruk. Bila jumlah frekuensi nilai diatas rata-rata maka indikator tersebut dapat menentukan baik atau buruk variabel kualitas pelayanan, frekuensi nilai berada pada rata-rata maka indikator tersebut cukup menentukan baik atau buruk variabel kualitas pelayanan, namun apabila jumlah frekuensi nilai dibawah rata-rata maka indikator tersebut kurang menentukan baik atau buruk variabel kualitas pelayanan sehingga indikator variabel tersebut membutuhkan perhatian lebih besar dibandingkan dengan indikator variabel yang berada pada rata-rata dan diatas rata-rata. Maka berikut ini merupakan hasil nilai rata-rata yang telah dirangkum oleh peneliti:

**Tabel 3.16**

#### **Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Jumlah Responden	Skor										Skor Total	Rata-Rata
		1		2		3		4		5			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
P1	100	-	-	3	3	51	51	46	46	-	-	343	3,43
P2	100	-	-	6	6	51	51	42	42	1	1	333	3,33
P3	100	-	-	1	1	36	36	63	63	-	-	362	3,62
P4	100	-	-	4	4	43	43	53	53	-	-	349	3,49
P5	100	-	-	3	3	44	44	53	53	-	-	350	3,50
P6	100	-	-	2	2	43	43	55	55	-	-	353	3,53

P7	100	-	-	4	4	45	45	51	51	-	-	347	3,47
P8	100	-	-	8	8	50	50	42	42	-	-	334	3,34
P9	100	-	-	-	-	22	22	74	74	4	4	382	3,82
P10	100	-	-	-	-	31	31	67	67	2	2	371	3,71
P11	100	-	-	-	-	41	41	58	58	1	1	360	3,60
P12	100	-	-	-	-	53	53	47	47	-	-	347	3,47
P13	100	-	-	-	-	37	37	63	63	-	-	363	3,63
Mean Skor Variabel						<b>3,92</b>							

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Keterangan :

P1 : Kualitas penyediaan tempat pada Angkringan Ariesta

P2 : Kebersihan sekitar Angkringan Ariesta

P3 : Penerangan sekitar Angkringan Ariesta

P4 : Area parkir yang memadai pada Angkringan Ariesta

P5 : Kemudahan dalam prosedur pemesanan pada Angkringan Ariesta

P6 : Kebersihan makanan pada Angkringan Ariesta

P7 : Ketersediaan karyawan Angkringan Ariesta dalam melayani kebutuhan konsumen

P8 : Ketersediaan karyawan Angkringan Ariesta dalam melayani setiap keluhan konsumen

P9 : Sikap ramah dan sopan kepada setiap konsumen Angkringan Ariesta

P10 : Kejujuran dalam pelayanan karyawan Angkringan Ariesta

P11 : Keamanan saat menikmati jasa di Angkringan Ariesta

P12 : Karyawan memahami setiap kebutuhan konsumen

P13 : Karyawan mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual

Berdasarkan tabel 3.16 diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel kualitas pelayanan adalah 3,92. Berikut item indikator diatas yang paling kuat dalam mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu

1. Sikap ramah dan sopan karyawan terhadap konsumen dengan rata-rata 3,82
2. Kejujuran dalam pelayanan karyawan terhadap konsumen dengan rata-rata 3,71
3. Karyawan mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual dengan rata-rata 3,63

Kemudian item indikator yang paling lemah dalam mempengaruhi variabel kualitas pelayanan yaitu

1. Kesiapan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen dengan rata-rata 3,1
2. Kebersihan sekitar angkringan ariesta dengan rata-rata 3,11
3. Penyediaan tempat pada angkringan ariesta dengan rata-rata 3,28

#### **3.4.1.7 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan data persepsi yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut dapat dilihat bagaimana variabel kualitas pelayanan ini menentukan suatu keputusan pembelian oleh konsumen. Kategori yang digunakan dalam variabel ini adalah sangat baik, baik, cukup baik, buruk, dan sangat buruk. Penilaian dan pengukuran dilakukan dengan memberi skor tertinggi dengan nilai 5 dan nilai 1 untuk skor terendah. Skor masing-masing item pertanyaan kemudian dijumlahkan. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan maka digunakan tingkat pengukuran interval.

Lebar interval (I) dapat diperoleh dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$I = \frac{\text{Range}}{K}$$

Di mana:

I = Lebar Interval

R = Rentang, yaitu nilai kumulatif (skor tertinggi – skor terendah)

K = Jumlah Kelas (jumlah interval)

Pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terdiri dari 13 butir pertanyaan, di mana jawaban setiap pertanyaan memiliki skor antara 1-5 dengan kategori jawaban : “Sangat buruk”, “Buruk”, “Cukup baik”, “Baik”, dan “Sangat baik”.

Lebar interval untuk variabel kualitas pelayanan, ialah:

$$I = \frac{(13 \times 5) - (13 \times 1)}{5}$$

$$N = \frac{(65 - 13)}{5}$$

$$= 52/5$$

$$= 10,4$$

Berdasarkan kategori di atas, maka seluruh jawaban responden dari 13 butir pertanyaan tentang kualitas pelayanan Angkringan Ariesta, dapat dilihat dalam tabel 3.17 berikut :

**Tabel 3.17**  
**Kategorisasi dan Distribusi Frekuensi pada Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	54,6 – 65	Sangat Baik	-	-
2	44,2 – 54,6	Baik	74	74
3	33,8 – 44,2	Cukup	26	26
4	23,4 – 33,8	Buruk	-	-
5	13 – 23,4	Sangat Buruk	-	-
Total			100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data dari tabel 3.17 diatas secara keseluruhan kualitas pelayanan Angkringan Ariesta menunjukkan bahwa dari jumlah responden sebanyak 74 orang, mayoritas responden (74 %) cenderung mengatakan kualitas pelayanan baik, artinya Kualitas

penyediaan tempat, Kebersihan tempat, Penerangan tempat, Area parkir yang memadai, Kemudahan dalam prosedur pemesanan makanan dan kebersihan makanan, Ketersediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen dan ketersediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen, karyawan bersikap ramah dan sopan kepada konsumen, kejujuran dalam pelayanan, dan keamanan dan kenyamanan saat menikmati jasa, yaitu kemampuan karyawan dalam memahami setiap kebutuhan konsumen, dan karyawan mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual. Namun demikian masih terdapat responden yang memiliki kualitas pelayanan cukup baik (26%), artinya Kualitas penyediaan tempat, Kebersihan tempat, Penerangan tempat, Area parkir yang memadai, Kemudahan dalam prosedur pemesanan makanan dan kebersihan makanan, Ketersediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen dan ketersediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen, karyawan bersikap ramah dan sopan kepada konsumen, kejujuran dalam pelayanan, dan keamanan dan kenyamanan saat menikmati jasa, yaitu kemampuan karyawan dalam memahami setiap kebutuhan konsumen, dan karyawan mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual.

### **3.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Keberagaman Menu ( $\chi^2$ )**

Keragaman Menu disebuah angkringan adalah macam-macam menu produk dalam artian kelengkapan menu mulai dari rasa, ukuran, kualitas, serta ketersediaan produk tersebut disetiap angkringan. Dengan begitu semakin beragamnya produk akan dapat memenuhi selera konsumen. Keragaman menu dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Variabel keragaman menu ada dalam penelitian ini ada 3 (tiga) indikator, yaitu penyajian menu yang bervariasi, memiliki ragam menu yang lebih unggul dari angkringan

lain, menu yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut adalah jawaban responden mengenai pertanyaan kuesioner.

#### **3.4.2.1 Variasi Dalam Penyajian Menu pada Angkringan Ariesta**

Sebuah angkringan harus dapat menyajikan menu yang bervariasi. Karena semakin banyaknya pilihan yang disediakan oleh angkringan, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu yang sesuai dengan keinginannya.

Berikut adalah pendapat responden mengenai keberagaman produk dengan kualitas:

**Tabel 3.18**

**Variasi Dalam Penyajian Menu pada Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Bervariasi	0	0
2	Bervariasi	54	55
3	Netral	46	46
4	Tidak Bervariasi	0	0
5	Sangat Tidak Bervariasi	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.18 diatas dapat dilihat bahwa 54% responden menyatakan setuju jika variasi menu di angkringan ariesta sesuai dan bervariasi, dan sebanyak 46% responden menyatakan netral dengan menu bervariasi yang didapatkannya. Hal ini dikarenakan responden merasa keragaman menu yang diberikan oleh Angkringan ariesta memiliki menu yang bervariasi, dengan berbagai macam makanan dan minuman yang telah disediakan oleh angkringan.

#### **3.4.2.2 Memiliki Ragam Menu Yang Lebih Baik Dari Angkringan Lain**

Sebuah angkringan sangat penting untuk menyajikan menu yang beraneka ragam agar dapat bersaing dengan angkringan lain, sehingga konsumen dapat menghendaki pilihan produk yang akan dibelinya.



Berikut adalah pendapat responden mengenai keberagaman produk ada angkringan ariesta:

**Tabel 3.19**  
**Memiliki Ragam Menu Yang Lebih Baik Dari Angkringan Lain**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	1	1
2	Baik	29	29
3	Netral	63	63
4	Tidak Baik	7	7
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 3.19 diatas dapat dilihat bahwa 1% menjawab sangat baik, kemudian 29% responden menyatakan baik, dan sebanyak 63% responden menyatakan netral jika angkringan ariesta memiliki variasi menu dibandingkan dengan angkringan lain, hal ini dikarenakan beberapa konsumen dapat memilih berbagai macam makanan yang dibungkus dengan variasi lauk pauk yang disediakan serta jajanan yang macam-macam pilihannya.

### **3.4.2.3 Menu yang ditawarkan Angkringan Ariesta Mampu memenuhi**

#### **kebutuhan dan keinginan konsumen**

Dengan adanya penyajian makanan dan minuman yang ditawarkan oleh angkringan ariesta, diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk dan rasa.

Berikut adalah pendapat responden mengenai menu yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen:

**Tabel 3.20**  
**Menu yang ditawarkan Angkringan Ariesta Mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Mampu	0	0

2	Mampu	51	51
3	Netral	48	48
4	Tidak Mampu	1	1
5	Sangat Tidak Mampu	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.20 diatas dapat dilihat bahwa 51% responden menyatakan mampu, kemudian sebanyak 48% responden menjawab netral, dan 1% responden menjawab tidak mampu. Artinya menu yang ditawarkan Angkringan Ariesta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Namun ada 1% responden menjawab tidak mampu. Karena responden tersebut merasa porsi yang disajikan tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

#### 3.4.2.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keberagaman Menu

Setelah data yang di gali melalui indikator variabel keberagaman menu diketahui, berikut ini disajikan tabel rekapitulasi jawaban responden mengenai keberagaman menu. Rekapitulasi dilakukan untuk mengetahui secara jelas butir pertanyaan mana yang memiliki nilai diatas rata-rata dan dibawah rata-rata.

Adapun rekapitulasi penilaian responden mengenai keberagaman menu dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.21**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keberagaman Menu**

No	Jumlah Responden	Skor										Skor Total	Rata-Rata
		1		2		3		4		5			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
P1	100	-	-	0	0	46	46	54	54	-	-	354	3,54
P2	100	-	-	7	7	63	63	29	29	-	-	324	3,24
P3	100	-	-	1	1	48	48	51	51	-	-	350	3,50
Mean Skor Variabel		<b>3,42</b>											

Keterangan :

P1 : Variasi Dalam Penyajian Menu pada Angkringan Ariesta

P2 : Memiliki Ragam Menu Yang Lebih Baik Dari Angkringan Lain

P3 : Menu yang ditawarkan Angkringan Ariesta Mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel keragaman menu adalah 3,42 item indikator dengan nilai rata-rata tertinggi diatas adalah item variasi dalam penyajian menu pada angkringan ariesta dengan rata-rata 3,54. Hal ini diperkuat dengan tanggapan responden yang mengatakan bahwa menu yang disajikan oleh Angkringan Ariesta sudah beragam sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Terdapat 1 (satu) item indikator yang berada dibawah rata-rata yaitu 3,24 item indikatornya adalah memiliki ragam menu yang lebih baik dibanding Angkringan lain, hal ini terjadi karena konsumen tidak dapat membandingkan dan membedakan menu Angkringan Ariesta dengan Angkringan lain sejenisnya.

#### **3.4.2.5 Kategorisasi Variabel Keberagaman Menu**

Kategorisasi yang digunakan dalam variabel ini adalah sangat beragam, beragam, cukup, tidak beragam, dan sangat tidak beragam. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel keberagaman menu maka digunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengkategorisasikan tingkatan jawaban responden terhadap iklan berdasarkan data yang diperoleh. Lebar interval ( I ) diperoleh dengan menggunakan rumus berikut :

$$I = \frac{\text{Range}}{K}$$

Dimana :

I = Lebar Interval

R = Rentang / Nilai Kumulatif ( skor tertinggi — skor terendah)

K = Jumlah Kelas (jumlah interval)

Dalam penelitian ini, variabel kebijakan terdiri dari 3 pertanyaan, jawaban dari setiap item pertanyaan memiliki jenjang skor 1 – 5 dengan kategori :

- a Untuk jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b Untuk jawaban setuju diberi skor 4
- c Untuk jawaban Netral diberi skor 3
- d Untuk jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

Secara keseluruhan variabel keberagaman menu terdiri dari 3 pertanyaan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut ;

Jumlah pertanyaan : 3

Skor maksimal : 15

Skor minimal : 3

Jumlah kelas : 5

$$I = \frac{R}{K} = \frac{15-3}{5} = 2,4$$

Setelah diketahui interval kelas dari variabel keberagaman menu, maka tabel distribusi nilai kategorisasi Keberagaman produk dapat disusun pada sebagai berikut:

**Tabel 3.22**  
**Kategorisasi Variabel Keberagaman Menu**

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	12,7 – 15	Sangat Beragam	1	1
2	10,3 – 12,6	Beragam	41	41
3	7,9 – 10,2	Cukup Beragam	58	58
4	5,5 – 7,8	Beragam	0	0
5	3 – 5,4	Sangat Buruk	0	0
Total			100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 3.22 dapat dilihat bahwa variabel keragaman menu berada pada kategori sangat beragam sebesar 1%, kemudian mayoritas responden sebesar 41 orang atau sebesar

41% responden memiliki penilaian bahwa keragaman menu yang ditawarkan Angkringan Ariesta Beragam, dan yang menjawab cukup beragam sebesar 58%, artinya penyajian menu di Angkringan Ariesta bervariasi, Angkringan Ariesta memiliki ragam menu yang lebih baik dari angkringan lain yang sejenis, ketersediaan menu di Angkringan Ariesta sering kali tersedia, dan menu yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

### 3.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga ( $x^3$ )

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa dari Angkringan Ariesta. Terdapat 3 pertanyaan dalam variabel harga, yaitu: keterjangkauan harga produk Angkringan Ariesta yang diberikan, kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang diberikan Angkringan Ariesta, dan perbandingan harga yang diberikan Angkringan Ariesta dengan Angkringan lainnya.

#### 3.4.3.1 Keterjangkauan harga produk Angkringan Ariesta

Harga dikatakan terjangkau (murah) oleh konsumen apabila konsumen merasa harga (biaya) yang dikeluarkan dapat terjangkau dengan daya beli konsumen. Harga yang tidak terjangkau konsumen apabila konsumen merasa harga (biaya) yang dikeluarkan tidak terjangkau dengan daya beli konsumen (mahal).

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan tentang keterjangkauan harga produk Angkringan Ariesta dapat dilihat pada tabel 3.23 berikut:

**Tabel 3.23**  
**Keterjangkauan Harga Produk Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Terjangkau	0	0
2	Terjangkau	51	51
3	Netral	49	49
4	Tidak Terjangkau	0	0
5	Sangat Tidak Terjangkau	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.23 di atas dapat dilihat bahwa sebesar 51% responden menjawab jika harga yang ditawarkan oleh Angkringan Ariesta terjangkau (murah), dikarenakan memang memiliki target semua masyarakat Semarang Barat pada umumnya sehingga harga yang ditawarkanpun telah disesuaikan dengan daya beli rata-rata target pasar. dan Responden sebesar 49% mengatakan netral/cukup terjangkau, karena masih terdapat beberapa menu yang menurut mereka (mahal).

### 3.4.3.2 Kesesuaian Harga Dengan Kualitas

Dalam hal ini, kualitas kepenyediaan jasa kuliner yang dimiliki oleh Angkringan Ariesta, dituntut untuk dapat sebaik mungkin mempertanggungjawabkan harga-harga yang mereka tawarkan, sehingga nantinya konsumen dapat mengatakan bahwa angkringan telah menawarkan harga yang benar-benar sesuai.

Tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dengan kualitas penyediaan jasa Angkringan Ariesta dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.24**  
**Kesesuaian Harga dengan Kualitas Angkringan Ariesta**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Sesuai	0	0
2	Sesuai	30	30
3	Netral	66	66
4	Tidak Sesuai	4	4
5	Sangat Tidak Sesuai	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.24 di atas, dapat dilihat bahwa sebesar 30% menjawab sesuai, kemudian 66% responden menjawab netral, hal ini menunjukkan bahwa responden menjawab harga dengan kualitas kepenyediaan jasa kuliner oleh Angkringan Ariesta telah sesuai, misalkan pada penyajian menu pesanan yang cepat, cita rasa yang pas, menu yang beragam dengan harga terjangkau, dan penyediaan fasilitas yang memberikan rasa aman dan nyaman.

Namun terdapat 4% responden yang masih mengatakan tidak sesuai, dikarenakan ukuran porsi makanan yang masih terlalu sedikit.

### 3.4.3.3 Perbandingan Harga Angkringan Ariesta dengan Angkringan setara

#### lainnya

Harga yang lebih murah dari sudut pandang nominalnya akan lebih memudahkan konsumen dalam melakukan perbandingan dengan angkringan lainnya. Apalagi dengan harga bersaing yang ditawarkan dan tetap menikmati pelayanan yang terbaik.

Tanggapan responden dalam menanggapi indikator pertanyaan mengenai perbandingan harga yang ditawarkan Angkringan Ariesta dengan Angkringan setara lainnya dapat dilihat dalam tabel 3.25 berikut:

**Tabel 3.25**  
**Perbandingan Harga Angkringan Ariesta dengan Angkringan Setara Lainnya**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Murah	1	1
2	Murah	56	56
3	Netral	42	42
4	Tidak Murah	1	1
5	Sangat Tidak Murah	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.25 di atas dapat dilihat 1% responden menjawab sangat murah, lalu (56%) responden menjawab bahwa perbandingan harga yang ditawarkan oleh Angkringan Ariesta dengan Angkringan sejenis lainnya adalah murah, karena terlihat dari bertambahnya konsumen baru disetiap harinya dengan. Kemudian responden sebesar 42% menjawab netral/cukup murah, Hal ini dikarenakan masih terdapat beberapa menu yang dirasa lebih mahal daripada Angkringan setara lainnya menurut konsumen tersebut. Namun, perlu diingat bahwa terdapat responden sebesar 1% mengatakan lebih mahal. Hal ini dikarenakan terdapat Angkringan setara disekeliling Angkringan Ariesta yang menawarkan harga bersaing.

### 3.4.3.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga

Setelah data yang dihimpun pada saat penyebaran kuesioner diolah, maka berikut ini merupakan rekapitulasi jawaban responden terkait harga Angkringan Ariesta. Rekapitulasi ini difungsikan untuk mengetahui gambaran indikator-indikator mana yang sekiranya dapat memberikan penilaian harga yang murah atau mahal. Bila jumlah frekuensi nilai diatas rata-rata maka indikator tersebut dapat menentukan mahal atau murahnya variabel harga, frekuensi nilai berada pada rata-rata maka indikator tersebut cukup menentukan mahal atau murahnya variabel harga, namun apabila jumlah frekuensi nilai dibawah rata-rata maka indikator tersebut kurang menentukan mahal atau murahnya variabel harga sehingga indikator variabel tersebut membutuhkan perhatian lebih besar dibandingkan dengan indikator variabel yang berada pada rata-rata dan diatas rata-rata. Maka berikut ini merupakan hasil nilai rata-rata yang telah dirangkum oleh peneliti:

**Tabel 3.26**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga**

No	Jumlah Responden	Skor										Skor Total	Rata-Rata
		1		2		3		4		5			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
P1	100	-	-	0	0	49	49	51	51	-	-	351	3,51
P2	100	-	-	4	4	66	66	30	30	-	-	326	3,26
P3	100	-	-	1	1	42	42	56	56	1	1	357	3,57
Mean Skor Variabel		<b>3,44</b>											

Keterangan :

P1 : Keterjangkauan Harga

P2 : Kesesuaian harga dengan kualitas penyedia jasa

P3 : Perbandingan harga dengan Angkringan setara lainnya.



Berdasarkan tabel 3.26 diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel harga adalah 3,44. Item yang mempunyai skor di atas rata-rata dan paling kuat dalam mempengaruhi variabel harga yaitu perbandingan harga dengan angkringan setara lainnya dengan skor rata-rata 3,57 dan keterjangkauan harga dengan skor rata-rata 3,51. Sedangkan item indikator yang berada dibawah rata-rata adalah kesesuaian harga dengan kualitas penyedia jasa dengan skor rata-rata 3,26.

### **3.4.3.5 Kategorisasi Variabel Harga**

Berdasarkan data-data yang telah disajikan dan dijelaskan di atas, maka dapat dibentuk tabel kategorisasi yang mencakup keseluruhan jawaban responden mengenai variabel harga yang telah diajukan.

Untuk memberikan penilaian terhadap variabel harga, digunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengaktegorikan persepsi responden terhadap variabel harga berdasarkan perolehan data. Lebar interval ( I ) diperoleh dengan menggunakan rumus berikut :

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana :

I = Lebar Interval

R = Rentang / Nilai Kumulatif ( skor tertinggi — skor terendah)

K = Jumlah Kelas (jumlah interval)

Dalam penelitian ini, variabel Harga terdiri dari 3 pertanyaan, jawaban dari setiap item pertanyaan memiliki jenjang skor 1 – 5 dengan kategori :

f Untuk jawaban sangat setuju diberi skor 5

g Untuk jawaban setuju diberi skor 4

h Untuk jawaban Netral diberi skor 3

i Untuk jawaban tidak setuju diberi skor 2

j Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

Secara keseluruhan variabel harga terdiri dari 3 pertanyaan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut ;

Jumlah pertanyaan : 3

Skor maksimal : 15

Skor minimal : 3

Jumlah kelas : 5

$$I = \frac{R}{K} = \frac{15-3}{5} = 2,4$$

Setelah diketahui interval kelas dari variabel harga, maka tabel distribusi nilai kategorisasi harga dapat disusun pada sebagai berikut:

**Tabel 3.27**  
**Kategorisasi Variabel Harga**

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	12,7 – 15	Sangat Terjangkau	0	0
2	10,3 – 12,6	Terjangkau	48	48
3	7,9 – 10,2	Cukup Terjangkau	52	52
4	5,5 – 7,8	Terjangkau	0	0
5	3 – 5,4	Sangat Tidak Terjangkau	0	0
Total			100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 3.27 di atas dapat disimpulkan bahwa kategori harga terbesar adalah terjangkau yaitu 48%, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan jika penawaran harga yang dilakukan oleh Angkringan Ariesta terjangkau dikarenakan harga yang ditawarkan terjangkau oleh daya beli mereka, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas kepenyediaan jasa Angkringan, dan perbandingan harga yang tidak kalah murah dengan Angkringan setara lainnya. Namun demikian masih terdapat responden yang mengatakan harga cukup terjangkau (52%), artinya harga yang ditawarkan Angkringan Ariesta cukup

terjangkau, cukup sesuai antara harga dengan kualitas kepenyediaan jasa, dan perbandingan harga yang cukup murah dengan Angkringan setara lainnya.

### 3.4.4 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian ( Y )

Variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini diukur melalui indikator: kesesuaian dengan kebutuhan, pertimbangan alternatif penyedia jasa Angkringan lain, kepuasan setelah melakukan pembelian, dan keinginan merekomendasikan Angkringan Ariesta kepada orang lain. Adapun penilaian responden mengenai variabel Keputusan Pembelian akan dijelaskan pada penjelasan dibawah.

#### 3.4.4.1 Kesesuaian Dengan Kebutuhan Konsumen

Angkringan Ariesta hadir dalam rangka menawarkan kemudahan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan pangan mereka, sekaligus mampu memenuhi keinginan para pengguna jasa Angkringan.

Adapun tanggapan responden mengenai kesesuaian dengan kebutuhan konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.28**

#### **Kesesuaian Dengan Kebutuhan Konsumen**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Sesuai	0	0
2	Sesuai	44	44
3	Cukup Sesuai	55	55
4	Tidak Sesuai	1	1
5	Sangat Tidak Sesuai	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.28 di atas, responden sebesar 44% menyatakan bahwa keberadaan Angkringan Ariesta, telah sesuai dengan kebutuhan mereka. Menurut responden, Angkringan telah mampu memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari sekaligus mampu memenuhi keinginan mereka untuk memperoleh pelayanan Angkringan yang nyaman, aman,

cita rasa yang lezat, dengan biaya yang terjangkau. Lalu Responden sebanyak 55% mengatakan netral/cukup sesuai dikarenakan kehadiran Angkringan sudah sesuai dengan kebutuhan pangan mereka, namun ada 1% responden yang menjawab tidak sesuai, mereka menginginkan Angkringan mampu menawarkan harga yang lebih murah, pelayanan yang memuaskan, dan menu yang lebih beragam.

#### 3.4.4.2 Waktu yang dibutuhkan responden saat melakukan pembelian

Waktu yang dibutuhkan saat melakukan pembelian yaitu lama tidaknya konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada suatu produk atau jasa.

Tanggapan responden mengenai waktu yang dibutuhkan saat melakukan pembelian pada Angkringan Ariesta dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.29**

**waktu yang dibutuhkan responden saat melakukan pembelian**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Langsung Memutuskan	0	0
2	Butuh Sedikit Waktu	25	25
3	Cukup	65	65
4	Lama	10	10
5	Sangat Lama	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.29 di atas, dapat dilihat bahwa sebesar 25% responden membutuhkan sedikit waktu, kemudian sebesar 65% responden menjawab netral, dan sebesar 10% responden membutuhkan waktu lama. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden sebelum memutuskan melakukan pembelian di Angkringan Ariesta, cenderung akan membutuhkan waktu untuk mencari informasi, membandingkan dengan Angkringan setara lainnya dan disesuaikan dengan kebutuhan pangan mereka.

### 3.4.4.3 Kepuasan setelah melakukan pembelian

Tingkatan rasa puas atau tidak puas yang dialami konsumen setelah melakukan pembelian pada suatu produk barang atau jasa.

Tanggapan responden mengenai kepuasan setelah melakukan pembelian pada Angkringan Ariesta dapat dilihat dalam tabel 3.30 berikut:

**Tabel 3.30**  
**Kepuasan Setelah Melakukan Pembelian**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Puas	0	0
2	Puas	48	48
3	Cukup Puas	42	42
4	Tidak Puas	10	10
5	Sangat Tidak Puas	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.30 di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden 48% mengatakan puas, kemudian sebesar 42% mengatakan netral/cukup puas, dan sebesar 10% mengatakan sangat puas. Hal ini dikarenakan bahwa Angkringan mampu memenuhi kebutuhan pangan mereka, bukan hanya rasa nikmat pada makanan yang menjadi kebutuhan utama bagi konsumen, namun juga harga, dan kualitas pelayanan yang telah sesuai dengan keinginan konsumen.

### 3.4.4.4 Keinginan merekomendasikan pembelian kepada orang lain

Bentuk keberhasilan yang lebih besar akan didapatkan angkringan jika konsumen sebagai penggunanya memiliki keinginan merekomendasi orang lain untuk ikut menggunakan jasa UKM angkringan. Hal ini akan memberikan pemasaran yang lebih luas dan lebih kuat dengan informasi positif yang disebarkan lewat mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumen itu sendiri kepada calon konsumen lainnya.

tanggapan responden mengenai kesediaan mereka untuk merekomendasikan pembelian pada Angkringan Ariesta, dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.31**  
**Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain**

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Ingin	0	0
2	Ingin	42	42
3	Cukup	58	58
4	Tidak Ingin	0	0
5	Sangat Tidak Ingin	0	0
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.31 di atas, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan responden berpendapat positif mengenai keinginannya untuk merekomendasikan Angkringan Ariesta pada orang lain yaitu sebesar 42% menjawab bahwa mereka memiliki keinginan tersebut. Dan Responden sebesar 58% mengatakan netral. Tidak ada jawaban negatif atas pertanyaan ini. Hal ini sudah cukup menunjukkan bahwa responden telah puas dengan layanan yang diberikan Angkringan Ariesta, secara keseluruhan, sehingga menciptakan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

#### **3.4.4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian**

Setelah data yang dihimpun pada saat penyebaran kuesioner diolah, maka berikut ini merupakan rekapitulasi jawaban responden terkait keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Ariesta. Rekapitulasi ini difungsikan untuk mengetahui gambaran indikator-indikator mana yang sekiranya dapat memberikan penilaian keputusan pembelian yang tinggi atau rendah. Bila jumlah frekuensi nilai diatas rata-rata maka indikator tersebut dapat menentukan tinggi atau rendahnya variabel keputusan pembelian, frekuensi nilai berada pada rata-rata maka indikator tersebut cukup menentukan tinggi atau rendahnya variabel keputusan pembelian, namun apabila jumlah frekuensi nilai dibawah rata-rata maka indikator tersebut

kurang menentukan tinggi atau rendahnya variabel keputusan pembelian sehingga indikator variabel tersebut membutuhkan perhatian lebih besar dibandingkan dengan indikator variabel yang berada pada rata-rata dan diatas rata-rata. Maka berikut ini merupakan hasil nilai rata-rata yang telah dirangkum oleh peneliti:

**Tabel 3.32**

**Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian**

No	Jumlah Responden	Skor										Skor Total	Rata-Rata
		1		2		3		4		5			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
P1	100	-	-	1	1	55	55	44	44	-	-	343	3,43
P2	100	-	-	10	10	65	65	25	25	-	-	315	3,15
P3	100	-	-	10	10	42	42	48	48	-	-	338	3,38
P4	100	-	-	-	-	58	58	42	42	-	-	342	3,42
Mean Skor Variabel										<b>3,34</b>			

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Keterangan :

- P1 : Kesesuaian rumah makan dengan kebutuhan konsumen
- P2 : Waktu yang dibutuhkan saat melakukan pembelian
- P3 : Kepuasan setelah melakukan pembelian
- P4 : Keinginan merekomendasikan kepada orang lain

Berdasarkan tabel 3.32 diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel keputusan pembelian adalah 3,34. Item indikator yang berada diatas rata-rata dan paling menentukan variabel keputusan pembelian terdapat 3 (tiga) indikator yaitu kesesuaian Angkringan dengan kebutuhan konsumen dengan skor rata-rata 3,43, kepuasan setelah melakukan pembelian dengan skor rata-rata 3,38, dan keinginan merekomendasikan kepada orang lain dengan skor rata-rata 3,42. Sedangkan item indikator yang berada dibawah rata-rata adalah waktu yang dibutuhkan saat melakukan pembelian dengan skor rata-rata 3,15.

### 3.4.4.6 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan data-data yang telah disajikan dan dijelaskan di atas, maka dapat dibentuk tabel kategorisasi yang mencakup keseluruhan jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian yang telah diajukan. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel keputusan pembelian, digunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengategorikan persepsi responden terhadap variabel keputusan pembelian berdasarkan perolehan data. Lebar interval ( I ) diperoleh dengan menggunakan rumus berikut :

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana :

I = Lebar Interval

R = Rentang / Nilai Kumulatif ( skor tertinggi — skor terendah)

K = Jumlah Kelas (jumlah interval)

Dalam penelitian ini, variabel keputusan pembelian terdiri dari 4 pertanyaan, jawaban dari setiap item pertanyaan memiliki jenjang skor 1 – 5 dengan kategori :

- a Untuk jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b Untuk jawaban setuju diberi skor 4
- c Untuk jawaban Netral diberi skor 3
- d Untuk jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

Secara keseluruhan variabel keputusan pembelian terdiri dari 4 pertanyaan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut ;

Jumlah pertanyaan : 4

Skor maksimal : 20

Skor minimal : 4



Jumlah kelas : 5

$$I = \frac{R}{K} = \frac{20 - 4}{5} = 3,2$$

Setelah diketahui interval kelas dari variabel keputusan pembelian, maka tabel distribusi nilai kategorisasi keputusan pembelian dapat disusun pada sebagai berikut:

**Tabel 3.33**

**Kategorisasi Variabel Keputusan pembelian**

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	17,8 – 20	Sangat Tinggi	0	0
2	14,6 – 17,8	Tinggi	47	47
3	11,4 – 14,6	Cukup	50	50
4	8,2 – 11,4	Rendah	3	3
5	5 – 8,2	Sangat Rendah	0	0
Total			100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 3.33 di atas dapat disimpulkan bahwa kategori keputusan pembelian adalah tinggi yaitu 47%, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan jika keberadaan Angkringan Ariesta sudah sesuai dengan kebutuhannya, tidak mempertimbangkan Angkringan lain sebagai pembanding, tidak membutuhkan waktu lama untuk memutuskan membeli jasa di Angkringan Ariesta, puas setelah melakukan pembelian, dan berkeinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Masih terdapat responden yang mengatakan keputusan pembelian cukup tinggi (50%), artinya keberadaan Angkringan Ariesta sudah cukup sesuai dengan kebutuhannya, cukup mempertimbangkan Angkringan lain sebagai pembanding, cukup membutuhkan waktu lama untuk memutuskan membeli jasa

di Angkringan Ariesta, cukup puas setelah melakukan pembelian, dan cukup berkeinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Namun demikian, masih terdapat responden yang mengatakan keputusan pembelian rendah (3%) artinya keberadaan Angkringan Ariesta tidak sesuai dengan kebutuhannya, mempertimbangkan Angkringan lain sebagai pembanding, membutuhkan waktu lama untuk memutuskan membeli jasa di Angkringan Ariesta, tidak puas setelah melakukan pembelian, dan tidak berkeinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

### **3.5 Pengujian Hipotesis**

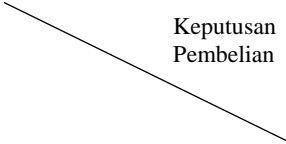
#### **3.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

##### **3.5.1.1 Tabulasi Silang**

###### **Kategorisasi Kualitas Pelayanan \* Kategorisasi Keputusan Pembelian**

###### **Crosstabulation**

Keputusan  
Pembelian



Untuk mengetahui adanya kecenderungan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ), maka tabel kategorisasi variabel Kualitas Pelayanan dihubungkan dengan tabel kategori keputusan pembelian. Di bawah ini tabel yang menjelaskan data hasil dari tabulasi silang atau *crosstab* antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian.

Atmosphere Toko	Kategorisasi Keputusan Pembelian					Total
	Sangat Rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi	
Sangat Baik	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Baik	0 0%	8 10,8%	41 55,4%	25 33,8%	0 0%	74 74%
Kategori Cukup	0 0%	4 15,4%	22 84,6%	0 0%	0 0%	26 26%
Kualitas Pelayan an Buruk	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Sangat Buruk	0 0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0%	0 0%	0 0%
Total	0 0%	12 12,0%	63 63,0%	37 38%	0 0%	100 100,0%

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa tabulasi silang antara kategori variabel Kualitas Pelayanan dan keputusan pembelian menunjukkan persentase terbesar Kualitas Pelayanan di Angkringan Ariesta ada pada kategori baik, yaitu sebesar 74%. Bila dihubungkan dengan variabel keputusan pembelian, maka persentase terbesar terdistribusi pada kategori cukup dengan persentase sebesar 55,4%. Diantara kategori cukup tersebut, terdapat 10,8% yang memiliki keputusan pembelian rendah, dan sisanya sebanyak 33,8% memiliki keputusan pembelian yang tinggi.

Sementara itu, untuk kategori Kualitas Pelayanan yang cukup, terdapat 84,6% responden yang memiliki keputusan pembelian cukup dan sebanyak 15,4% yang memiliki keputusan pembelian rendah.

### 3.5.1.2 Koefisien Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Angkringan Ariesta. Berikut ini akan

disajikan tabel yang menerangkan koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3.34**  
**Koefisien Korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,515 <sup>a</sup>	,265	,258	1,351

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa nilai R adalah sebesar 0,515 yang berada pada rentang 0,40 – 0,599 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian adalah cukup.

### 3.5.1.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel Kualitas Pelayanan menjelaskan variabel keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel koefisien determinasi Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3.35**  
**Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,515 <sup>a</sup>	,265	,258	1,351

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui jika hasil koefisien determinasi variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,265 atau 26,5%. Hasil ini berarti 26,5% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan.

Sedangkan sisanya ( 100% – 26,5%. = 73,5%) dijelaskan oleh faktor lain, selain variabel Kualitas Pelayanan.

### 3.5.1.4 Regresi Sederhana

Regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel koefisien regresi sederhana variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3.36**  
**Koefisien Regresi Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Keputusan Pembelian**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,980	2,586		-,766	,446
	Kualitas Pelayanan	,334	,056	,515	5,947	,000

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan

a. Dependent Variable: Y

an perhitungan pada tabel 3.36 dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah sebesar 0,334 dan untuk nilai konstantanya adalah -0,556 dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -1,980 + 0,334X_1$$

Dimana Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan tersebut maka dapat diartikan bahwa :

- a) Konstanta sebesar -1,980 mempunyai arti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan maka besarnya penilaian terhadap keputusan pembelian adalah sebesar -1,980. Artinya jika koefisien Kualitas Pelayanan bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai negatif yaitu -1,980.

b) Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,334 menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,334. Sehingga jika terjadi peningkatan pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1% maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar koefisien pengalinya yaitu 0,334. Adanya pengaruh positif menunjukkan jika kualitas pelayanan baik, maka keputusan pembelian meningkat.

### 3.5.1.5 Uji t

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Adapun langkah analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut ;

#### 1. Hipotesis Statistik

$H_a$  : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di

Angkringan Ariesta

$H_o$  : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di

Angkringan Ariesta

2. Menghitung besarnya nilai t penelitian dan tingkat signifikansi. Berdasarkan tabel 3.36 hasil perhitungan menggunakan SPSS nilai t hitung sebesar 5,947

3. Menentukan nilai t tabel diketahui dengan melihat tabel t yang disesuaikan dengan *degree of freedom* (df) dengan signifikansi 10% (0,1). Untuk memperoleh df digunakan perhitungan  $df = n - 2$ , dimana n adalah jumlah data sehingga  $df = 100 - 2 = 98$ . Berdasarkan ketentuan tersebut, maka nilai t tabel diperoleh sebesar 1,290.

4. Kriteria pengujiannya adalah ;

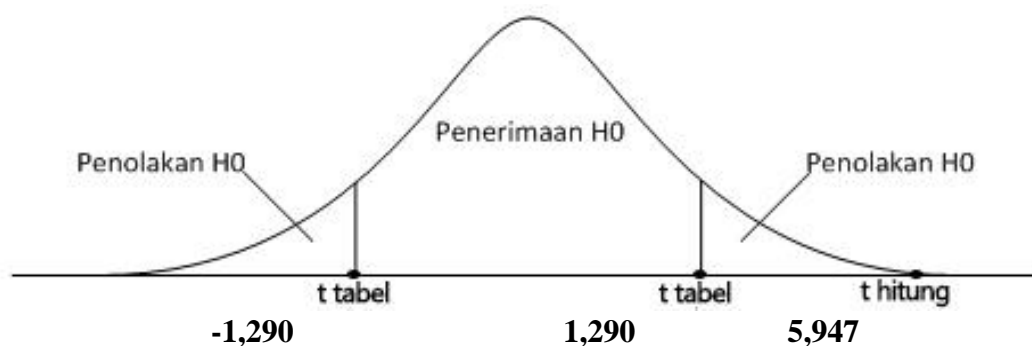
- Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian.

- Apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS, maka  $t_{\text{tabel}}$  dapat diketahui dengan melihat pada  $t_{\text{tabel}}$  untuk diuji 2 pihak yang disesuaikan dengan nilai  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$  yaitu sebesar 1,290, sementara untuk  $t_{\text{hitung}}$  dapat dari tabel 3.36 sebesar 5,947. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}} >$  dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu  $5,947 > 1,290$  yang berarti  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima sehingga dapat dikatakan **hipotesis pertama** “ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Angkringan Ariesta” **diterima**

**Gambar 3.1**

**Kurva t test antara X1 dengan Y**



### 3.5.2 Pengaruh Keberagaman Menu Terhadap Keputusan pembelian

### Kategorisasi Keberagaman Menu \* Kategorisasi Keputusan Pembelian

#### Crosstabulation

Atmosphere Toko	Keputusan Pembelian	Kategorisasi Keputusan Pembelian	Total
-----------------	---------------------	----------------------------------	-------

#### 3.5.2.1 Tabulasi Silang

Untuk mengetahui adanya kecenderungan hubungan antara variabel Keberagaman Menu ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ), maka tabel kategorisasi variabel Keberagaman Menu dihubungkan dengan tabel kategori keputusan pembelian. Dibawah ini tabel yang menjelaskan data hasil dari tabulasi silang atau *crosstab* antara variabel Keberagaman Menu terhadap variabel keputusan pembelian



	Sangat Rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi	
Sangat Baik	0 0%	0 0%	1 100%	0 0%	0 0%	1 1%
Baik	0 0%	0 0%	19 46,3%	22 53,7%	0 0%	41 41%
Kategori sasi	0 0%	12 20,7%	43 74,1%	3 5,2%	0 0%	58 58%
Keberagaman Menu	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Buruk	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Sangat Buruk	0 0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0%	0 0%	0 0%
Total	0 0%	12 12,0%	63 63,0%	25 25%	0 0%	100 100,0%

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa tabulasi silang antara kategori variabel Keberagaman Menu dan keputusan pembelian menunjukkan persentase terbesar Keberagaman Menu di Angkringan Ariesta ada pada kategori cukup, yaitu sebesar 58%. Bila dihubungkan dengan variabel keputusan pembelian, maka persentase terbesar terdistribusi pada kategori cukup dengan persentase sebesar 74,1%. Terdapat 20,7% yang memiliki keputusan pembelian rendah, dan sisanya sebanyak 5,2% memiliki keputusan pembelian yang tinggi.

Sementara itu, untuk kategori Keberagaman Menu yang baik, terdapat 53,7% responden yang memiliki keputusan pembelian tinggi dan sebanyak 46,3% yang memiliki keputusan pembelian cukup.

### 3.5.2.2 Koefisien Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh variabel Keberagaman Menu terhadap keputusan pembelian di Angkringan Ariesta. Berikut ini akan disajikan tabel yang menerangkan koefisien korelasi antara Keberagaman Menu terhadap keputusan pembelian

**Tabel 3.37**  
**Koefisien Korelasi antara Keberagaman Menu terhadap Keputusan Pembelian.**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,610 <sup>a</sup>	,372	,366	1,249

a. Predictors: (Constant), Keberagaman Menu  
 Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa nilai R adalah sebesar 0.610 yang berada pada rentang 0,40 – 0,599 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan variabel Keberagaman Menu terhadap variabel keputusan pembelian adalah kuat.

### 3.5.2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel Keberagaman Menu menjelaskan variabel keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel koefisien determinasi Keberagaman Menu terhadap keputusan pembelian

**Tabel 3.38**  
**Koefisien Determinasi Keberagaman Menu (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,610 <sup>a</sup>	,372	,366	1,249

a. Predictors: (Constant), Keberagaman Menu  
 Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari tabel juga menjelaskan hasil koefisien determinasi variabel Keberagaman Menu terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,372 atau 37,2%. Hasil ini berarti 37,2% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Keberagaman Menu. Sedangkan sisanya ( 100% – 37,2% =62,8%) dijelaskan oleh faktor lain, selain variabel Keberagaman Menu.

### 3.5.2.4 Regresi Sederhana

Regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Keberagaman Menu terhadap keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel koefisien regresi sederhana variabel Keberagaman Menu terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3.39**  
**Koefisien Regresi Sederhana Variabel Keberagaman Menu (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,498	1,302		2,687	,009
	Keberagaman Menu	,961	,126	,610	7,626	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan perhitungan pada tabel 3.39 dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel Keberagaman Menu ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,961 dan untuk nilai konstantanya adalah 3,498, dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,498 + 0,961X_2$$

Dimana  $Z$  = Keputusan Pembelian

$X_2$  = Keberagaman Menu

Dari persamaan tersebut maka dapat diartikan bahwa :

- Konstanta sebesar 3,498 mempunyai arti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel keberagaman Menu, maka besarnya penilaian terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 3,498. Artinya jika koefisien keberagaman Menu bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai positif yaitu 3,498.

c) Koefisien regresi keberagaman Menu sebesar 0,961 menyatakan bahwa variabel Keberagaman Menu mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,961. Sehingga jika terjadi peningkatan pada variabel keberagaman Menu sebesar 1% maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar koefisien pengalinya yaitu 0,961. Adanya pengaruh positif menunjukkan jika Keberagaman menu baik, maka keputusan pembelian meningkat.

### 3.5.2.5 Uji t

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel keberagaman Menu terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Adapun langkah analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut ;

#### 1. Hipotesis Statistik

Ha : Keberagaman Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta

Ho : Keberagaman Menu tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di Angkringan Ariesta

2. Menghitung besarnya nilai t penelitian dan tingkat signifikansi. Berdasarkan tabel 3.41 hasil perhitungan menggunakan SPSS nilai t penelitian sebesar 7,626

3. Menentukan nilai t tabel diketahui dengan melihat tabel t yang disesuaikan dengan *degree of freedom* (df) dengan signifikansi 10% (0,1). Untuk memperoleh df digunakan perhitungan  $df = n - 2$ , dimana n adalah jumlah data sehingga  $df = 100 - 2 = 98$ . Berdasarkan ketentuan tersebut, maka nilai t tabel diperoleh sebesar 1,661.

4. Kriteria pengujiannya adalah ;

- Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga terdapat pengaruh Keberagaman Menu terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta

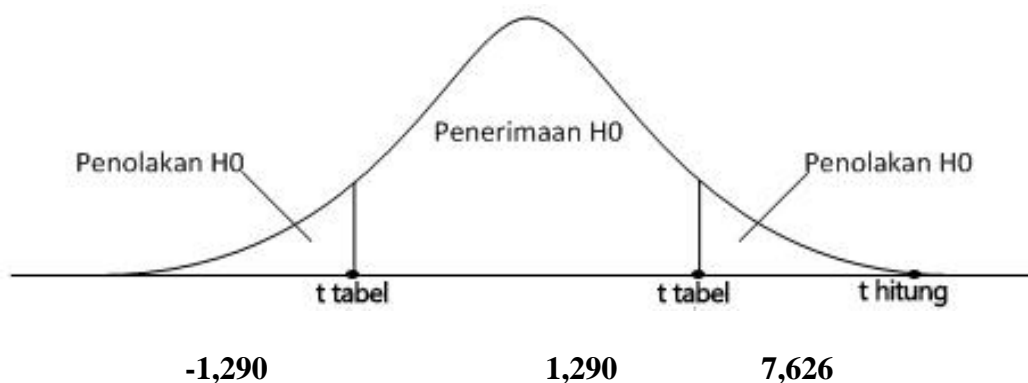
- Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh Keberagaman Menu terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS, maka  $t_{tabel}$  dapat diketahui dengan melihat pada  $t_{tabel}$  untuk diuji 2 pihak yang disesuaikan dengan nilai  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$  yaitu sebesar 1,290, sementara untuk  $t_{hitung}$  dapat dari tabel 3.39 sebesar 7,626. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $7,626 > 1,290$  yang berarti  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima sehingga dapat dikatakan **hipotesis kedua** “ada pengaruh antara Keberagaman Menu terhadap Keputusan Pembelian” **diterima**.

**Gambar 3.2**

**Kurva t test antara variabel X2 dengan variabel Y**

*Figur 2*



**3.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

**3.5.3.1 Tabulasi Silang**

Untuk mengetahui adanya kecenderungan hubungan antara variabel Harga ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ), maka tabel kategorisasi variabel Harga dihubungkan dengan tabel

kategori keputusan pembelian. Dibawah ini tabel yang menjelaskan data hasil dari tabulasi silang atau *crosstab* antara variabel Harga terhadap variabel keputusan pembelian

### Tabulasi Silang antara Kategorisasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa tabulasi silang antara kategori variabel Harga dan keputusan pembelian menunjukkan persentase terbesar Harga di Angkringan Ariesta ada pada kategori cukup, yaitu sebesar 52%. Bila dihubungkan dengan variabel keputusan pembelian, maka persentase terbesar terdistribusi pada kategori cukup dengan persentase sebesar 76,9 %. Terdapat 23,1% yang memiliki keputusan pembelian rendah.

**Kategorisasi Harga \* Kategorisasi Keputusan Pembelian Crosstabulation**

Keputusan Pembelian		Kategorisasi Keputusan Pembelian					Total
		Sangat Rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi	
Atmosphere Toko	Sangat Baik	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
	Baik	0 0%	0 0%	23 47,9%	25 52,1%	0 0%	48 48%
	Kategori Cukup	0 0%	12 23,1%	40 76,9%	0 0%	0 0%	52 52%
	Buruk	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
	Sangat Buruk	0 0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0%	0 0%	0 0%
Total		0 0%	12 12,0%	63 63,0%	25 25%	0 0%	100 100,0%

Sementara itu, untuk kategori Harga yang baik, terdapat 52,1% responden yang memiliki keputusan pembelian tinggi dan sebanyak 47,9% yang memiliki keputusan pembelian cukup.

### 3.5.3.2 Koefisien Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian di Angkringan Ariesta. Berikut ini akan disajikan tabel yang menerangkan koefisien korelasi antara Variabel Harga terhadap keputusan pembelian:

**Tabel 3.40**  
**Koefisien Korelasi antara harga terhadap Keputusan Pembelian.**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 <sup>a</sup>	,411	,405	1,210

a. Predictors: (Constant), Harga  
Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa nilai R adalah sebesar 0.641 yang berada pada rentang 0,40 – 0,599 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian adalah kuat.

### 3.5.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien diterminasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel harga menjelaskan variabel keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel koefisien determinasi harga terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3.41**  
**Koefisien Determinasi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 <sup>a</sup>	,411	,405	1,210

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari tabel juga menjelaskan hasil koefisien determinasi variabel keberagaman produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,411 atau 41,1%. Hasil ini berarti 41,1% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga. Sedangkan sisanya (100% – 41,1% =58,9%) dijelaskan oleh faktor lain, selain variabel harga.

### 3.5.3.4 Regresi Sederhana

Regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel koefisien regresi sederhana variabel harga terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3.42**  
**Koefisien Regresi Sederhana Variabel Harga (X<sub>3</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,381	1,336		1,782	,078
	Harga	1,064	,129	,641	8,268	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan perhitungan pada tabel 3.42 dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel harga (X<sub>3</sub>) adalah sebesar 1,064 dan untuk nilai konstantanya adalah 2,381, dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,381 + 1,064X_3$$

Dimana Z = Keputusan Pembelian

X<sub>3</sub> = Harga

Dari persamaan tersebut maka dapat diartikan bahwa :



- b) Konstanta sebesar 2,381 mempunyai arti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel harga, maka besarnya penilaian terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 2,381. Artinya jika koefisien harga bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai positif yaitu 2,381.
- c) Koefisien regresi harga sebesar 1,064 menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 1,064. Sehingga jika terjadi peningkatan pada variabel harga sebesar 1% maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar koefisien pengalinya yaitu 1,064. Adanya pengaruh positif menunjukkan harga turun maka keputusan pembelian meningkat.

### 3.5.3.5 Uji t

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel harga terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Adapun langkah analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut ;

#### 1. Hipotesis Statistik

$H_a$  : Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta

$H_o$  : Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di Angkringan Ariesta

2. Menghitung besarnya nilai t penelitian dan tingkat signifikansi. Berdasarkan tabel 3.46 hasil perhitungan menggunakan SPSS nilai t penelitian sebesar 8,268

3. Menentukan nilai t tabel diketahui dengan melihat tabel t yang disesuaikan dengan *degree of freedom* (df) dengan signifikansi 10% (0,1). Untuk memperoleh df digunakan perhitungan  $df = n - 2$ , dimana n adalah jumlah data sehingga  $df = 100 - 2 = 98$ . Berdasarkan ketentuan tersebut, maka nilai t tabel diperoleh sebesar 1,290.

4. Kriteria pengujiannya adalah ;

- Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta

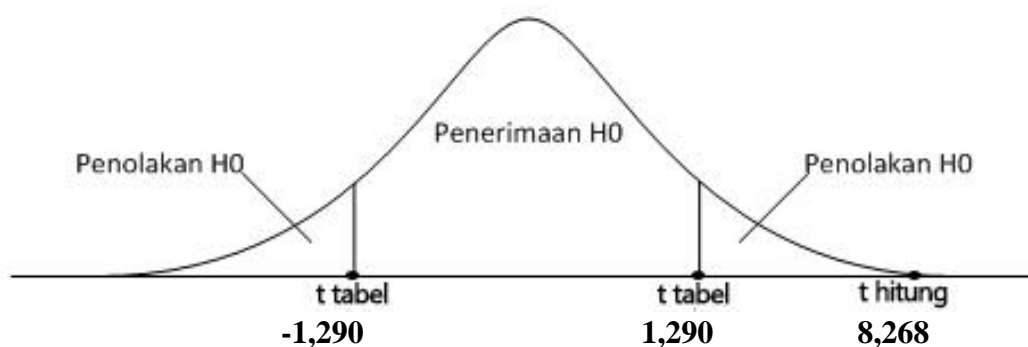
- Apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS, maka  $t_{\text{tabel}}$  dapat diketahui dengan melihat pada  $t_{\text{tabel}}$  untuk diuji 2 pihak yang disesuaikan dengan nilai  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$  yaitu sebesar 1,290, sementara untuk  $t_{\text{hitung}}$  dapat dari tabel 3.42 sebesar 8,268. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}} >$  dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu  $8,268 > 1,290$  yang berarti  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima sehingga dapat dikatakan **hipotesis kedua** “ada pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian” **diterima**.

**Gambar 3.3**

**Kurva t test antara variabel X3 dengan variabel Y**

*Figur 3*



**3.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Untuk menguji dan mengetahui seberapa besar hipotesis pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Keberagaman Menu ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y), dilakukan dengan bantuan program SPSS sehingga menghasilkan data sebagai berikut :

**3.5.4.1 Koefisien Korelasi**

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap keputusan pembelian di

Angkringan Ariesta. Berikut ini adalah tabel yang menerangkan koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap keputusan pembelian:

**Tabel 3.43**  
**Koefisien Korelasi antara Variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738 <sup>a</sup>	,545	,531	1,075

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

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa nilai koefisien (R) adalah sebesar 0,738 yang berada pada rentang 0,60 – 0,799 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap variabel keputusan pembelian adalah kuat.

#### 3.5.4.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga menjelaskan variabel keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel koefisien determinasi Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3.44**  
**Koefisien Determinasi antara Variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738 <sup>a</sup>	,545	,531	1,075

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

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari tabel 3.44 juga menjelaskan hasil koefisien determinasi variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar

0,545 atau 54,5%. Hal ini berarti 54,5% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga. Sedangkan sisanya (100% – 54,5% = 45,5%) dapat dijelaskan oleh faktor lain, yaitu variabel lokasi, kualitas Produk dan tempat.

### 3.5.4.3 Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap keputusan pembelian, secara simultan (bersama-sama) dengan menggunakan SPSS. Berikut adalah tabel koefisien regresi berganda antara variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap keputusan pembelian

**Tabel 3.45**  
**Koefisien Regresi Berganda antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Keberagaman Menu (X2) dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,916	2,120		
				-2,791	,006

X1 Kualitas Pelayanan	,192	,048	,296	3,973	,000
X2 Keberagaman Menu	,441	,147	,280	2,994	,004
X3 Harga	,573	,157	,345	3,645	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan pengujian pada tabel 3.45 dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) adalah sebesar 0,192, koefisien regresi Keberagaman Menu ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,441, koefisien regresi Harga ( $X_3$ ) adalah 0,573 dan untuk nilai konstantanya adalah -5,916, dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -5,916 + 0,192X_1 + 0,441X_2 + 0,573X_3$$

Dimana Y = Keputusan Pembelian

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Keberagaman Menu

$X_3$  = Harga

Dari persamaan tersebut maka dapat diartikan bahwa :

- a) Konstanta sebesar -5,916 mempunyai arti bahwa tanpa adanya pengaruh dari Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga, maka besarnya penilaian terhadap keputusan pembelian adalah sebesar -5,916. Artinya jika koefisien Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai negatif -5,916
- b) Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,192, Koefisien regresi variabel Keberagaman Menu sebesar 0,441 dan koefisien regresi harga adalah sebesar 0,573.

Ketiga variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Pengaruh tertinggi diberikan oleh variabel harga, yaitu sebesar 0,573

#### 3.5.4.4 Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga sebagai variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengambilan keputusan dilakukan dengan memperhatikan uji F pada tabel ANOVA dengan bantuan SPSS sebagai berikut :

**Tabel 3.46**  
**Uji F Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132,708	3	44,236	38,309	,000 <sup>b</sup>
	Residual	110,852	96	1,155		
	Total	243,560	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber: Data primer yang diolah 2018

#### Langkah Pengujian

1. Jumlah responden (N) = 100
2. Jumlah variabel bebas (k) 3

3. Taraf signifikansi  $\alpha = 10\%$

4. *Degree of freedom* (df1) = k = 2, (df2) = n – k – 1 = 100 – 3 – 1 = 96

5. F tabel = 3,09

6. Kriteria pengujian

- Apabila F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta.
- Apabila F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta.

Berdasarkan tabel F diketahui bahwa  $df = N - k - 1$  atau  $100 - 3 - 1 = 96$ , sehingga nilai F-tabel untuk  $df = 96$  pada alpha sebesar 10% adalah sebesar 3,09. Hasil perhitungan SPSS menunjukkan F-hitung > F-tabel, yaitu  $38,309 > 3,09$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,1$ . Dari perhitungan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat dikatakan **hipotesis ketiga** yang berbunyi “Terdapat Pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Keberagaman Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ariesta.” **diterima.**

### 3.6 Pembahasan

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil dari analisis yang telah dilakukan, seperti yang dijelaskan berikut ini.

*Pertama*, Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Angkringan kepada masyarakat sebagai konsumen Angkringan Ariesta merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi secara kuat pada suatu keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan merupakan upaya UKM berupa penyediaan fasilitas-fasilitas, sarana, maupun sumber daya manusia guna mendukung kegiatan usaha yang bertujuan untuk memikat dan memuaskan konsumen atau

pengguna jasa. Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum bahwa sebagian besar responden berpendapat kualitas pelayanan yang diberikan Angkringan Ariesta tergolong baik (sebanyak 74 % responden), terutama pada kejujuran karyawan dalam pelayanan. Hal yang perlu mendapatkan perhatian dari kualitas pelayanan dalam indikator penelitian ini adalah keterjangkauan lokasi, area parkir yang memadai, kejelasan daftar menu, kesediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen, kesediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen, keramahan dan kesopanan karyawan, dan karyawan harus bisa mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dilakukan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 1,980 + 0,334 X_1$ . Koefisien  $X_1$  yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen Angkringan Ariesta. Sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula keputusan pembelian konsumen. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,265 yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan sumbangan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 26,5%. Tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 0,515 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan kualitas pelayanan dan keputusan pembelian menurut Sugiyono (2010:184) berada pada kategori kuat dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif. Kemudian dilihat dari uji signifikansi, yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 5,947 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,290.

**Kedua**, Keberagaman Menu merupakan hal yang penting dan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen. Menurut Philip Kotler (2002:347) kelengkapan produk adalah



tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan dari satu produsen.

Keberagaman Menu disebut Angkringan adalah macam-macam menu dalam artian kelengkapan menu seperti nasi bungkus dan gorengan serta snack dan minuman mempunyai rasa yang enak, ukuran yang pas, kualitas yang baik serta ketersediaan produk tersebut di angkringan. Dengan hal tersebut akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa keberagaman Menu mempengaruhi keputusan pembelian, yang dapat diketahui dari persepsi responden mengenai keberagaman Menu pada Angkringan Ariesta. Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum bahwa sebagian besar responden berpendapat mengenai Keberagaman Menu pada Angkringan Ariesta yaitu tergolong cukup beragam (sebanyak 58% responden), dikarenakan persepsi responden yang menyatakan bahwa keberagaman Menu pada Angkringan Ariesta serta sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat yang menjadi sasaran utama Angkringan ini, dan sesuai dengan harga yang diberikan. Hal yang perlu mendapatkan perhatian dari indikator variabel keberagaman Menu adalah perbandingan ragam menu Angkringan Ariesta dengan Angkringan setara lainnya.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberagaman menu mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 3,498 + 0,961 X_2$ . Koefisien  $X_2$  yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin beragam atau bervariasi maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen Angkringan. Sebaliknya, semakin tidak beragam atau bervariasi menu maka semakin rendah pula keputusan pembelian konsumen Angkringan Ariesta. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,372 yang artinya bahwa variabel keberagaman Menu memberikan sumbangan terhadap variabel keputusan

pembelian sebesar 37,2%. Tingkat keeratan hubungan antara variabel keberagaman Menu ( $X_2$ ) dan variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,610 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan keberagaman Menu dan keputusan pembelian menurut Sugiyono (2010:184) berada pada kategori sedang dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif. Kemudian dilihat dari uji signifikansi, yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 7,626 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,290.

*Ketiga*, harga merupakan hal yang penting dan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen. Harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa (Kotler, 2008 : 345).

Pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian, yang dapat diketahui dari persepsi responden mengenai harga yang ditetapkan Angkringan Ariesta. Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum bahwa sebagian besar responden berpendapat mengenai harga yang ditetapkan oleh Angkringan Ariesta yaitu tergolong cukup terjangkau (sebanyak 52% responden), dikarenakan persepsi responden yang menyatakan bahwa harga-harga yang ditawarkan Angkringan Ariesta serta sesuai daya beli masyarakat yang menjadi sasaran utama Angkringan ini, dan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Hal yang perlu mendapatkan perhatian dari indikator variabel harga adalah perbandingan harga Angkringan Ariesta dengan Angkringan setara lainnya.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 2,381 + 1,064 X_3$ . Koefisien  $X_3$  yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin terjangkau harga maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen Angkringan. Sebaliknya, semakin tidak terjangkau harga maka semakin rendah pula keputusan

pembelian konsumen Angkringan Ariesta. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,411 yang artinya bahwa variabel harga memberikan sumbangan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 41,1%. Tingkat keeratan hubungan antara variabel harga ( $X_3$ ) dan variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,641 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan harga dan keputusan pembelian menurut Sugiyono (2010:184) berada pada kategori sedang dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif. Kemudian dilihat dari uji signifikansi, yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 8,268 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,290.