

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN KAMPOENG SAWAH KABUPATEN BANDUNG

Yani Restiani Widjaja

Universitas Bina Sarana Informatika
yani.yrw@bsi.ac.id

Febi Dwi Jayanti Rahmat

Universitas Bina Sarana Informatika
dwiwijantifebi12@gmail.com

Abstract: This research aims to know that influence of quality product and price of purchase decision on Kampoeng Sawah Restaurant. Used the incidental sampling method with 100 persons. Analytical methods used multiple regression analysis. The result based on regression analysis: $Y = 0,430x_1 + 0,376x_2$. R Square explained that 48,1% of purchase decisions can be explained by quality product and price, and while the rest 50,9% was explained by other variable outside in this research. Hypothesis testing using t test showing that dependent variable quality product (X_1) and price (X_2) is affect to the independent variable purchase decision (Y) in parsial. Then through the F test can be seen that the quality product (X_1) and price (X_2) simultaneously affect to the dependent variable is purchase decision (Y).

Keywords: Product, Quality Product, Price, Purchase Decision

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah. Penelitian ini menggunakan metode *insidental sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,430x_1 + 0,376x_2$. Angka R Square menunjukkan bahwa 48,1% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, dan sisanya 50,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terbukti mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) secara parsial. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci: Produk, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di bidang produk maupun jasa yang kini semakin meningkat menuntut para pelaku bisnis menciptakan strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Tidak terkecuali bisnis di bidang kuliner atau penyajian makanan dan minuman (*food service*). Bisnis di bidang *food service* juga merupakan salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat saat ini dan juga sangat menjanjikan apabila bisnis tersebut dikelola dengan baik. Bukan hanya yang berskala besar saja seperti restoran di hotel berbintang, namun di skala menengah yaitu rumah makan dan café pun juga. Karena sedang berkembang pesat maka bisnis ini banyak sekali dilirik oleh pelaku bisnis dan menimbulkan banyaknya persaingan.

Dalam menghadapi tingkat persaingan yang semakin kompetitif para pelaku usaha dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat memenangkan persaingan. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu aspek strategi dalam pemasaran. Elemen-elemen dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sering disebut dengan 4P, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat/lokasi/saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) merupakan variabel-variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu keunggulan strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan produk yang berkualitas dan juga dengan harga yang dapat memuaskan kebutuhan dan mewakili keinginan konsumen. Selain itu penciptaan suasana yang nyaman dengan didukung desain interior yang unik serta tersedianya berbagai fasilitas pendukung dapat membuat konsumen lebih terkesan dalam mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam memilih atau menentukan produk untuk mencapai kepuasan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Aspek keinginan dan kebutuhan merupakan faktor dari setiap individu untuk melakukan pembelian.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kini konsumen semakin kritis dalam hal kualitas dan ini memaksa pelaku bisnis untuk berinovasi dalam setiap produknya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang kuliner ini kualitas produk menjadi hal yang utama yang harus diperhatikan. Karena berkualitas atau tidaknya produk yang dihasilkan akan berdampak pada tingkat keputusan pembelian dan juga kepuasan konsumen.

Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan. Oleh karena itu harga harus ditetapkan. Harga juga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih atau membeli suatu produk. Dari harga tersebut konsumen dapat merasakan manfaat atau nilai dari produk yang telah dibelinya. Dan konsumen akan semakin puas apabila manfaat dari produk tersebut sebanding atau lebih dari nominal yang mereka keluarkan. Kampoeng Sawah adalah sebuah rumah makan yang bernuansa alam dengan arsitektur bangunan tradisional

yang berciri khas sunda. Bukan hanya menyediakan menu makanan dan minuman khas sunda yang otentik, tetapi rumah makan Kampoeng Sawah juga menyediakan menu khas nusantara. Konsep tata ruang dan bangunan berupa saung yang mampu menghadirkan lingkungan yang sejuk dan alami dengan pemandangan taman, kolam ikan, dan pesawahan yang asri, indah, dan nyaman. Kampoeng Sawah juga memiliki tempat rekreasi seperti kolam renang, pemancingan ikan, *speed boat*, dan arena terbuka yang sangat luas. Hal ini yang menarik dari Kampoeng Sawah karena menawarkan suatu paket lengkap bukan hanya sekedar rumah makan biasa.

Menurut informasi yang penulis peroleh dari Kepala Pelayanan rumah makan Kampoeng Sawah di bulan tertentu khususnya Desember jumlah pengunjung meningkat drastis dikarenakan libur akhir tahun. Karena target *market* rumah makan Kampoeng Sawah adalah keluarga.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Rumah Makan Kampoeng Sawah pada Tahun 2013

Bulan	Jumlah Pengunjung	Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	5382	Januari	5382
Februari	3337	Februari	3337
Maret	5580	Maret	5580
April	4345	April	4345
Mei	5078	Mei	5078
Juni	5649	Juni	5649

Sumber: Rumah Makan Kampoeng Sawa

Kondisi fluktuasi jumlah pengunjung yang cenderung turun naik ini bisa disebabkan oleh adanya beberapa faktor. Salah satunya adalah semakin banyaknya pesaing di bidang kuliner sejenis yang mempunyai konsep yang sama pula. Selain itu sebelum melakukan penelitian penulis mengamati kuesioner internal yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah tentang keluhan konsumen dari segi produk dan harganya. Hal ini juga dapat menyebabkan faktor turun naiknya jumlah pengunjung. Kedua variabel tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Jika memang penetapan harga sesuai dengan daya beli konsumen dan kualitas produk baik, maka seharusnya tidak akan terjadi masalah keluhan konsumen terhadap kualitas produk dan harga minim. Namun dalam hal ini, keluhan konsumen dari segi kualitas produk tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan, selain itu penetapan harga yang dilakukan oleh rumah makan Kampoeng Sawah kurang sesuai dengan daya beli konsumen.

2. METODOLOGI

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:11) menjelaskan bahwa “metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada

filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Adapun tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan kegiatan penelitian. Penelitian deskriptif ini hanya berusaha menggambarkan secara jelas dan sekuensial terhadap pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelum para peneliti terjun ke lapangan dan mereka tidak menggunakan hipotesis sebagai petunjuk arah dalam penelitian, (Sugiyono, 2008:12).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2007:10) metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain.

2.1 Variabel dan Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2010:3) menjelaskan bahwa “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

a. Variabel independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2010:4). Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk (X_1)
- 2) Harga (X_2)

b. Variabel dependen

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, (Sugiyono: 2010:4). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. (Kotler dan Armstrong, 2008: 347)	1. Kinerja (<i>performance</i>)	1. Rasa dari menu makanan yang ada di rumah makan Kampong Sawah enak.	Likert
		2. Fitur (<i>features</i>)	2. Menu makanan dan minuman di Rumah Makan Kampong Sawah bervariasi.	Likert
		3. Keandalan (<i>reliability</i>)	3. Menu makanan dan minuman disajikan matang (kecuali lalaban).	Likert
		4. Konformasi (<i>conformance</i>)	4. Ukuran porsi dari setiap menu makanan dan minuman sesuai dengan yang diharapkan.	Likert

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
		5. Daya tahan (<i>durability</i>) 6. <i>Serviceability</i> 7. Estetika (<i>aesthetics</i>) 8. Persepsi terhadap kualitas (<i>perceived quality</i>) (Gasperz dalam Irawan dan Juprianto, 2013)	5. Makanan dan minuman yang disajikan rumah makan Kampoeng Sawah tidak basi saat dibawa pulang. 6. Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan. 7. Penyajian tampilan menu makanan dan minuman yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah menarik. 8. Menu makanan dan minuman berkualitas.	Likert Likert Likert
Harga (X ₂)	Istilah harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk, (Tjiptono dan Chandra, 2012:315)	1. Terjangkau atau tidaknya harga. 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas/rasa. 3. Persaingan harga. 4. Keseuaian antara harga dengan kuantitas atau manfaat. (Ghanimata dan Kamal, 2012. Dikembangkan untuk penelitian ini)	1. Harga dari semua menu yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah terjangkau untuk anda. 2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas menu makanan dan minuman yang disajikan oleh rumah makan Kampoeng Sawah. 3. Harga yang ditawarkan di rumah makan Kampoeng Sawah bersaing dengan rumah makan lain yang sejenis. 4. Harga dari semua produk makanan dan minuman sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	Likert Likert Likert Likert

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera disaat kebutuhan keinginan muncul, dan keinginan ini menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya, (Kotler, 2005:220)	1. Kemantapan pada sebuah produk.	1. Saya tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah karena rasanya lezat.	Likert
		2. Kebiasaan dalam membeli produk.	2. Saya lebih memilih membeli produk makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah dibanding dengan rumah makan yang lain.	Likert
		3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.	3. Saya merekomendasi rumah makan Kampoeng Sawah kepada teman, keluarga, rekan kerja, dll.	Likert
		4. Melakukan pembelian ulang. (Kotler dalam Arumsari dan Khasanah, 2012)	4. Saya lebih dari satu kali membeli produk makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah.	Likert

Indikator yang telah disusun dalam alat ukur penelitian berupa pernyataan-pernyataan pada kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian sosial (Riduwan dan Akdon, 2009:16). Skala likert dalam penelitian ini menggunakan lima tingkatan jawaban yang ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

2.2 Populasi dan Sampel

2.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:61) pengertian populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Suatu penelitian memerlukan populasi dari suatu objek untuk memperoleh suatu data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan aktivitas pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah pada periode bulan 12 Mei sampai dengan 30 Juli 2014.

2.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi. Karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2010:62) adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Dikarenakan penelitian ini jumlah populasinya tidak bisa diketahui secara pasti dan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, oleh karena itu digunakan teknik sampling insidental sebanyak 100 responden. *Sampling* insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010:67). Teknik *sampling* dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

2.3 Teknik Pengambilan Data

Dalam rangka pengumpulan data penelitian dan sebagai bahan kelengkapan penelitian, penulis memperoleh informasi, data, petunjuk dan sebagainya, dengan menggunakan teknik pengumpulan data antara lain:

a. Studi Lapangan

Studi lapangan digunakan untuk memperoleh data-data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, yaitu responden.

1) Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk melihat kegiatan yang dilakukan.

2) Kuesioner

Peneliti mengumpulkan data dengan cara mengajukan pernyataan secara tertulis kepada responden tentang kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan dalam rangka memperoleh data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku dan situs internet. Selain itu data sekunder juga diperoleh melalui jurnal yang berkaitan dengan variabel penelitian ini.

2.4 Uji Validasi dan Reliabilitas

2.4.1 Uji Validasi atau Uji Validitas

Uji validasi atau uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien korelasi *product moment*

pearson dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for Windows versi 17.0.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n \sum x^2) - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- y = Skor total
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi x
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam dsitribusi y
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y
- n = Banyaknya responden

Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung (*correlation item total correlation*) dengan r tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dengan $\alpha = 5\%$ (taraf signifikansi 0,05), kriteria untuk penilaian uji validitas sebagai berikut:

r hitung $\geq r$ tabel, maka pernyataan tersebut valid

r hitung $\leq r$ tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right) \text{ dan } \sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

- r = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
- σ_b^2 = varian total
- n = jumlah responden
- x = nila skor yang dipilih

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha*. Koefisien *cronbach alpha* yang $> 0,60$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen dan jika koefisien *cronbach alpha* yang $< 0,60$ menunjukkan kurang handal nya instrumen.

2.5 Analisis Data

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran tentang tanggapan responden atau konsumen di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung mengenai masing-masing variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian, serta pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Oleh karena itu, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

2.5.1 Analisis Deskriptif

Dalam hal ini dikemukakan mengenai deskripsi jawaban responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, sehingga dapat diketahui intensitas kondisi masing-masing variabel. Intensitas kondisi dari masing-masing variabel dapat dibedakan menjadi sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Untuk mengetahui frekuensi intensitas kondisi masing-masing variabel dapat diketahui dengan perkalian antara skor tertinggi dalam setiap variabel dengan jumlah item pertanyaan yang ada setiap variabel yang kemudian dibagi dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

$$RS = \frac{m-n}{k}$$

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Keterangan:

- RS = rentang skala
- m = skor maksimal
- n = skor minimal
- k = jumlah kategori

Kategori jawaban responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1,00 - 1,80 = Kondisi sangat rendah atau sangat tidak baik yang menunjukkan kondisi variabel yang masih sangat rendah atau sangat kecil dimiliki oleh variabel penelitian.
- 1,81 - 2,60 = Kondisi rendah atau tidak baik yang menunjukkan kondisi variabel yang masih rendah atau kecil dimiliki oleh variabel penelitian.
- 2,61 - 3,40 = Kondisi sedang atau cukup yang menunjukkan kondisi variabel yang sedang atau cukup dimiliki oleh variabel penelitian.
- 3,41 - 4,20 = Kondisi tinggi atau baik yang menunjukkan kondisi variabel yang tinggi atau naik dimiliki oleh variabel penelitian.
- 4,21 - 5,00 = Kondisi sangat tinggi atau sangat baik yang menunjukkan kondisi variabel yang tinggi atau naik dimiliki oleh variabel penelitian.

2.5.2 Uji Asumsi Klasik

Analisis data dilakukan dengan bantuan metode regresi linear berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependen variabel dan independen variabel keduanya mempunyai dsitribusi normal atautkah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghazali dalam Arumsari 2012:16).

Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal *P-P Plot*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan pada:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histrogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji hetersoskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik *plot* antara nilai prediksi dengan residualnya, adapun dasar untuk menganalisisnya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dalam model analisis regresi dapat menggunakan cara statistik, yaitu dengan uji D-W (Durbin-Watson). Model regresi tidak terjadi autokorelasi jika D-W diantara:

$1,65 < DW < 2,35$ tidak terjadi autokorelasi

$1,21 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ tidak dapat disimpulkan

$DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ terjadi korelasi

2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel

independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

2.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3).....(X_n) dengan satu variabel terikat, (Riduwan dan Akdon, 2009:142). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan pembelian
x_1	= Kualitas produk
x_2	= Harga
b_1 dan b_2	= koefisien regresi
e	= Standar error

2.6 Pengujian Hipotesis

2.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Untuk menentukan koefisien spesifik yang mana yang tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menggunakan uji t. uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Signifikasi koefisien parsial ini memiliki distribusi t dengan derajat kebebasan $n-k-1$, dan signifikan pada $\alpha = 0,05$.

2.6.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan (*explained*) oleh perubahan nilai semua variabel independen. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada Anova yang membandingkan *Mean Square* dari *regression* dan *Mean Square* dari residual sehingga didapat hasil yang dinamakan F hitung. Apabila F hitung > F tabel dan apabila tingkat signifikasi < α (0,05), variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Responden

Pada penelitian ini variabel yang diteliti adalah kualitas produk dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Responden

dalam penelitian ini adalah konsumen di rumah makan Kampoeng Sawah. Responden yang menjadi objek penelitian ini berjumlah 100 orang. Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

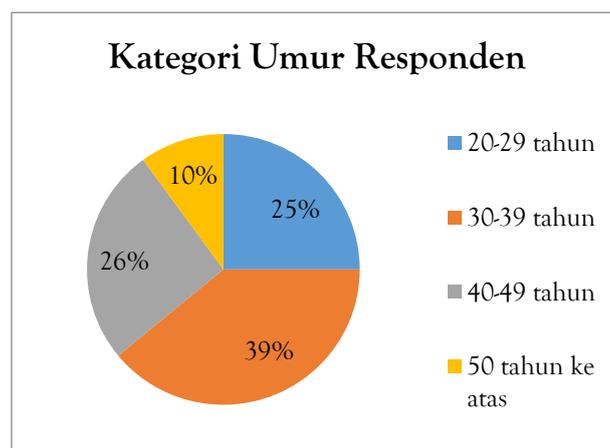


Gambar 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 47 responden dengan persentase sebesar 47% dan responden laki-laki sebanyak 53 responden dengan persentase sebesar 53%. Selisih diantara keduanya tidak cukup besar, dan hampir mendekati seimbang.

3.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Dalam penelitian ini informasi mengenai umur responden akan mempengaruhi pengetahuan dan sikap dalam melakukan keputusan pembelian terutama dalam hal selera.

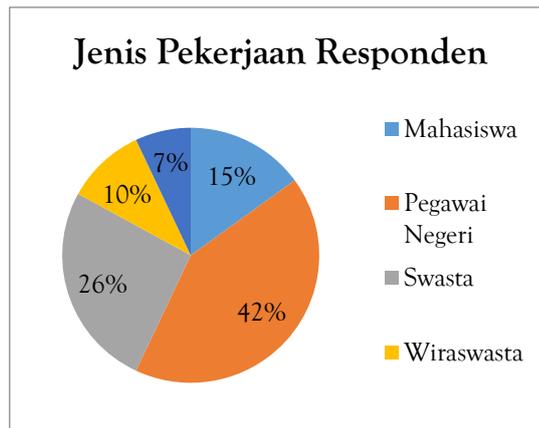


Gambar 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Responden

Berdasarkan grafik 2 di atas, diketahui karakteristik umur responden dalam penelitian ini adalah 25% berusia diantara 20 - 29 tahun, 39% berusia diantara 30 -

39 tahun, 26% berusia diantara 40 – 49 tahun, dan 10% berusia diatas 50 tahun. Dari penjelasan diatas dengan persentase yang paling besar yaitu 39% berusia diantara 30-39 tahun, hal ini dikarenakan pada umur diatas 30 tahun pada umumnya telah mempunyai penghasilan tetap sehingga tidak terlalu menjadi masalah atau keberatan untuk menyantap makanan di luar rumah seperti misalnya di rumah makan Kampoeng Sawah.

3.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

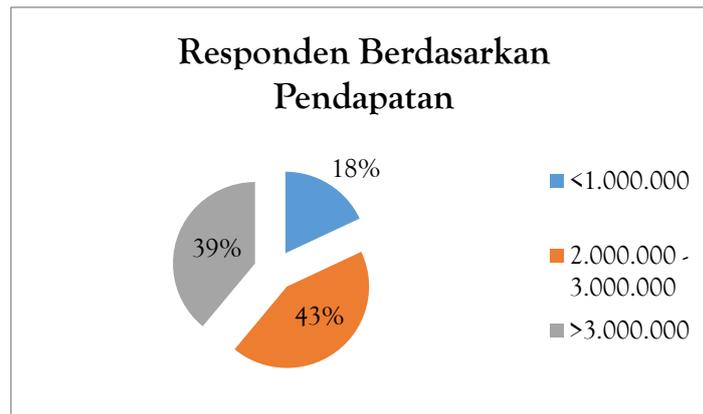


Gambar 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden

Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jenis pekerjaan pegawai negeri sebesar 42%, responden dengan jenis pekerjaan swasta sebanyak 26%, responden dengan jenis pekerjaan mahasiswa sebesar 15%, responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebesar 10%, dan responden dengan jenis pekerjaan ibu rumah tangga sebesar 7%. Dari penjelasan diatas yaitu sebesar 42% responden dengan jenis pekerjaan pegawai negeri, hal ini dikarenakan lokasi rumah makan Kampoeng Sawah yang terletak dekat dengan Instansi Pemerintahan Kabupaten Bandung dan pihak rumah makan Kampoeng Sawah mempunyai hubungan yang baik dengan beberapa Instansi Pemerintahan lainnya.

3.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Responden rumah makan Kampoeng Sawah memiliki karakteristik jenis pekerjaan yang beragam, begitu juga dengan tingkat pendapatannya. Tabel deskripsi tingkat pendapatan responden rumah makan Kampoeng Sawah dapat dilihat dalam tabel berikut ini:



Gambar 4. Deskripsi Responden Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan grafik IV.4 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan pendapatan kurang dari 1.000.000 sebesar 18%, responden dengan pendapatan 2.000.000 – 3.000.000 sebesar 43%, dan responden dengan pendapatan lebih dari 3.000.000 sebesar 39%. Dari penjelasan diatas dengan persentasi yang paling besar yaitu 43% responden dengan pendapatan antara 2.000.000 – 3.000.000, hal ini dikarenakan responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia diantara 30-39 tahun, dan secara otomatis telah mempunyai penghasilan tetap dengan jenis pekerjaan yang mendominasi responden dalam penelitian ini yaitu pegawai negeri dan swasta.

3.2 Deskripsi Variabel

Untuk mengetahui frekuensi intensitas kondisi masing-masing variabel dapat diketahui dengan perkalian antara skor tertinggi dalam setiap variabel dengan jumlah item pertanyaan yang ada setiap variabel yang kemudian dibagi dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

$$RS = \frac{m-n}{k}$$

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Keterangan:

RS = rentang skala

m = skor maksimal

n = skor minimal

k = jumlah kategori

Kategori jawaban responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = Kondisi sangat rendah atau sangat tidak baik yang menunjukkan kondisi variabel yang masih sangat rendah atau sangat kecil dimiliki oleh variabel penelitian.

1,81 – 2,60 = Kondisi rendah atau tidak baik yang menunjukkan kondisi variabel yang masih rendah atau kecil dimiliki oleh variabel penelitian.

- 2,61 – 3,40 = Kondisi sedang atau cukup yang menunjukkan kondisi variabel yang sedang atau cukup dimiliki oleh variabel penelitian.
- 3,41 – 4,20 = Kondisi tinggi atau baik yang menunjukkan kondisi variabel yang tinggi atau naik dimiliki oleh variabel penelitian.
- 4,21 – 5,00 = Kondisi sangat tinggi atau sangat baik yang menunjukkan kondisi variabel yang tinggi atau naik dimiliki oleh variabel penelitian.

3.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Hasil tanggapan responden terhadap kualitas produk di rumah makan Kampoeng Sawah dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

No	Indikator	Frekuensi					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Rasa dari menu makanan dan minuman yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah enak.		1	12	53	34	4,20
2	Menu makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah bervariasi.		1	33	56	10	3,75
3	Menu makanan dan minuman disajikan matang (kecuali lalaban).		9	49	37	5	3,38
4	Ukuran porsi dari setiap menu makanan dan minuman sesuai dengan yang diharapkan.	3	13	48	35	1	3,18
5	Makanan dan minuman yang disajikan rumah makan Kampoeng Sawah tidak basi saat dibawa pulang.	1	10	48	40	1	3,30
6	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan.		8	56	33	3	3,31
7	Penyajian tampilan menu makanan dan minuman yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah menarik.	1	10	34	45	10	3,53
8	Menu makanan dan minuman berkualitas.		2	21	57	20	3,95
	Jumlah						28,6
	Rata-rata						3,575

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan penilaian yang baik terhadap variabel kualitas produk di rumah makan Kampoeng Sawah. Ini terlihat dengan rata-rata skor yaitu sebesar 3,575 yang menunjukkan bahwa kualitas produk di rumah makan Kampoeng Sawah menurut konsumennya adalah baik atau termasuk ke dalam kondisi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memang cenderung memilih produk makanan yang berkualitas, sesuai dengan selera dan keinginannya. Konsumen menilai bahwa rasa dari

menu makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah enak. Dari segi variasi menu makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah sangat bervariasi. Menu makanan dan minuman yang disajikan pun matang (kecuali lalaban). Untuk ukuran porsi dari setiap menu makanan dan minuman sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Pada saat makanan dan minuman dibawa pulang oleh konsumen tidaklah basi atau daya tahannya terjamin. Ketika konsumen mengeluh atas pelayanan atau dari segi produknya karyawan rumah makan Kampoeng Sawah cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen itu. Dari semua menu yang ada konsumen beranggapan bahwa penyajian tampilan menu makanan dan minuman adalah menarik. Dan konsumen beranggapan bahwa menu makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah berkualitas.

3.2.2 Deskripsi Variabel Harga

Harga merupakan alat yang dijadikan sebagai proses pertukaran terhadap suatu barang ataupun jasa oleh konsumen. Hasil tanggapan responden terhadap harga di rumah makan Kampoeng Sawah dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Harga

No	Indikator	Frekuensi					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Harga dari semua menu yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah terjangkau untuk anda.		17	25	36	22	3,63
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas menu makanan dan minuman yang disajikan oleh rumah makan Kampoeng Sawah.		3	39	46	12	3,67
3	Harga yang ditawarkan di rumah makan Kampoeng Sawah bersaing dengan rumah makan lain yang sejenis.		3	13	48	36	3,17
4	Harga dari semua produk makanan dan minuman sesuai dengan manfaat yang dirasakan.		2	45	51	2	3,53
	Jumlah						14
	Rata-rata						3,5

Sumber: Data primer yang diolah

Tanggapan responden terhadap variabel harga berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap harga yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah yaitu dengan skor rata-rata sebesar 3,5 yang termasuk ke dalam kondisi tinggi atau baik. Selain dari aspek kualitas produk yang baik, konsumen juga melakukan keputusan pembelian tergantung dari harga yang ditawarkannya. Menurut persepsi konsumen harga yang ditawarkan oleh rumah makan Kampoeng Sawah masih terjangkau konsumen. Konsumen juga beranggapan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya. Menurut konsumen beranggapan bahwa harga yang ditawarkan rumah makan Kampoeng Sawah bersaing

dengan rumah makan lain yang sejenis. Dan konsumen merasakan manfaat yang dirasakan sebanding dengan harga dari produk yang ada di rumah makan Kampoeng Sawah.

3.2.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk tersebut. Hasil tanggapan responden mengenai keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

No	Indikator	Frekuensi					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Saya tertarik membeli produk makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah karena rasanya lezat.		3	42	51	4	3,56
2	Saya lebih memilih membeli produk makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah dibanding dengan rumah makan yang lain.	1	17	63	19		3,00
3	Saya merekomendasi rumah makan Kampoeng Sawah ini kepada teman, keluarga, rekan kerja, dll.		5	59	31	5	3,36
4	Saya tertarik lebih dari satu kali membeli produk makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah		13	56	29	2	3,20
	Jumlah						13,12
	Rata-rata						3,28

Sumber: Data primer yang diolah

Tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian dari tabel diatas menunjukkan bahwa tingkatan skor rata-rata sebesar 3,28 yang menunjukkan rata-rata tersebut berada pada posisi sedang atau cukup. Konsumen melakukan keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah karena tertarik akan kelezatannya. Selain itu konsumen lebih memilih membeli produk makanan dan minuman di rumah makan Kampoeng Sawah dibanding dengan rumah makan yang lain. Konsumen juga merekomendasi rumah makan Kampoeng Sawah ini kepada rekan kerja, keluarga, teman, dll. Dan konsumen tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman lebih dari satu kali.

3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien korelasi *product moment pearson*. Tingkat validitas diukur

dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item total correlation*) dengan r tabel, dimana r tabel didapat dari $df = N-2$. Dan didapat r tabel sebesar 0,1966 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

r hitung $\geq r$ tabel, maka pernyataan tersebut valid

r hitung $\leq r$ tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for Windows versi 17.0. Berdasarkan data yang di peroleh dalam penelitian, maka hasil pengujian validitas instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	Indikator	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk	Indikator 1	0,601	0,1966	Valid
		Indikator 2	0,680	0,1966	Valid
		Indikator 3	0,591	0,1966	Valid
		Indikator 4	0,603	0,1966	Valid
		Indikator 5	0,734	0,1966	Valid
		Indikator 6	0,590	0,1966	Valid
		Indikator 7	0,589	0,1966	Valid
		Indikator 8	0,670	0,1966	Valid
2	Harga	Indikator 1	0,770	0,1966	Valid
		Indikator 2	0,721	0,1966	Valid
		Indikator 3	0,659	0,1966	Valid
		Indikator 4	0,768	0,1966	Valid
3	Keputusan Pembelian	Indikator 1	0,716	0,1966	Valid
		Indikator 2	0,701	0,1966	Valid
		Indikator 3	0,703	0,1966	Valid
		Indikator 4	0,778	0,1966	Valid

Sumber: Data output SPSS

Tabel 6. menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel yaitu didapat sebesar 0,1966. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator atau instrumen adalah valid.

3.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha*. Koefisien *cronbach alpha* yang $> 0,60$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen dan jika koefisien *cronbach alpha* yang $< 0,60$ menunjukkan kurang handal nya instrumen.

Tabel 7. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk	0,785	Reliabel
Harga	0,706	Reliabel

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Keputusan pembelian	0,699	Reliabel

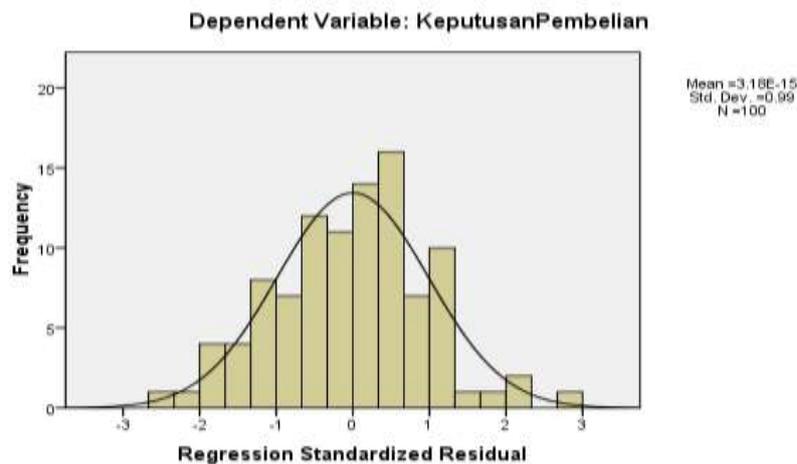
Sumber: Data output SPSS

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

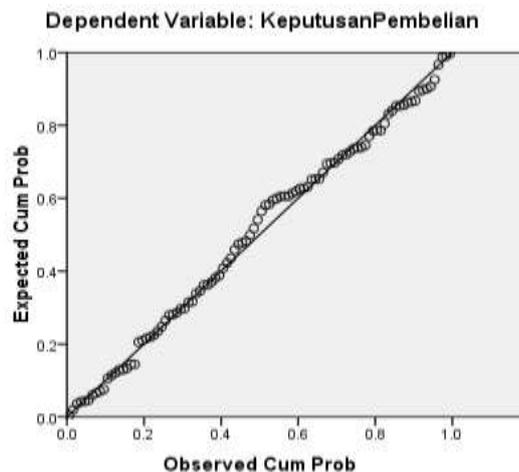
3.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mendeteksi apakah distribusi data variabel bebas dan variabel terikatnya adalah normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk melihat apakah data yang dianalisis memiliki nilai residual yang berada di sekitar nol (data normal) atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji atau mendeteksi normalitas ini di ketahui dari tampilan normal *probability plot*.



Gambar 5. Histogram Normalitas

Gambar diatas menunjukkan bahwa residual terdistribusi dengan normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 6. Uji Normalitas Data

Gambar 6 tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.4.2 Uji Multikolinearitas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinearitas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi dan nilai *tolerance* yang rendah. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 dan *tolerance* di bawah 0,1 menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi. Hasil pengujian VIF dari model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Pengujian Multikolinearitas

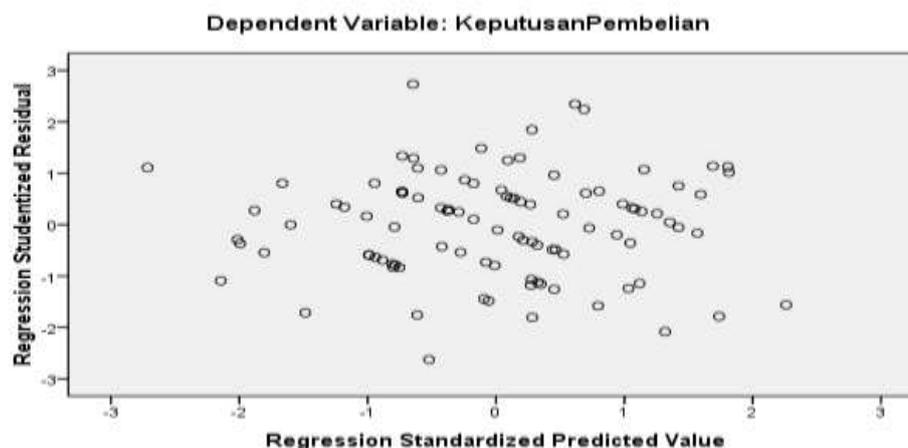
Variabel Bebas	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,773	1,294	Non multikolineritas
Harga	0,773	1,294	Non multikolineritas

Sumber: Data output SPSS

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF dibawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

3.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatter plot*. Jika tidak terdapat pola yang teratur pada titik-titik residualnya, maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 7. Scatter Plot

Berdasarkan gambar 7, hasil pengujian heteroskedastisitas pada *scatter plot* menunjukkan tidak ada pola tertentu serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.4 Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dalam model analisis regresi dapat menggunakan cara statistik, yaitu dengan uji D-W (Durbin-Watson) sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.693 ^a	.481	.470	1.889163	1.454

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Durbin Watson nya 1,445 yaitu berada pada $1,65 < DW < 2,35$. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

3.5 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R^2 sebagaimana dapat dilihat pada tabel 9 di atas. Berdasarkan tabel 9, diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,481. Hal ini berarti 48,1% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, dan sisanya 51,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi ini.

3.6 Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Perhitungan analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 17.0. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda tersebut dapat dilihat pada lampiran dan selanjutnya akan dijelaskan pada tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.498	1.201		1.247	.216		
KualitasProduk	.242	.047	.430	5.169	.000	.773	1.294
Harga	.368	.082	.376	4.514	.000	.773	1.294

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil uji regresi berganda diatas dalam persamaan regresi bentuk standard adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,498 + 0,430x_1 + 0,376x_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Koefisien regresi variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi untuk x_1 sebesar 0,430 dan bertanda positif dengan signifikansi 0.000. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan perubahan nilai kualitas produk akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,430.
- b. Koefisien regresi variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi untuk x_2 sebesar 0,376 dan bertanda positif dengan signifikansi 0.000. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan perubahan nilai harga akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,376.

Berdasarkan persamaan dan keterangan diatas dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel kualitas produk sebesar 0,430. Lalu diikuti oleh variabel harga sebesar 0,376.

3.7 Hasil Pengujian Hipotesis

3.7.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen yaitu variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebas nya adalah kualitas produk dan harga. Berikut ini akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial.

a. Variabel kualitas produk

Hasil pengujian (tabel 10) diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung = 5,169 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 1,6607. Berdasarkan data diatas didapatkan hasil bawa t hitung > t tabel, dengan demikian diperoleh hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Maka hipotesis 1 atau H_{11} diterima.

b. Variabel harga

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung = 4,514 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 1,6607. Berdasarkan data diatas didapatkan hasil bahwa t hitung > t tabel, dengan demikian diperoleh hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Maka hipotesis 2 atau H_{12} diterima.

3.7.2 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil uji F yang telah didapat:

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	320.322	2	160.161	44.876	.000 ^a
Residual	346.187	97	3.569		
Total	666.509	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 44,876 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 diperoleh F tabel sebesar 3,09. Berdasarkan data diatas didapatkan hasil bahwa F hitung > F tabel, dengan demikian diperoleh hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Maka hipotesis 3 atau H13 diterima. Penelitian ini pada dasarnya adalah untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Namun peneliti pun menganalisis tentang analisis deskriptif dari variabel kualitas produk (X1), variabel harga (X2), dan keputusan pembelian (Y). Selain itu peneliti melakukan pengujian secara parsial dari setiap variabel independen nya yaitu variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2).

4. PENUTUP

Berikut kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan penelitian ini:

- a. Hasil analisa deskriptif tentang kualitas produk di rumah makan Kampoeng Sawah menurut persepsi konsumen memberikan tanggapan penilaian yang baik terhadap variabel kualitas produk di rumah makan Kampoeng Sawah. Ini terlihat dengan rata-rata skor yaitu sebesar 3,575 yang menunjukkan bahwa kualitas produk di rumah makan Kampoeng Sawah menurut konsumennya adalah baik atau termasuk ke dalam kondisi tinggi. Dan dari semua dimensi kualitas produk yaitu *performance*, *features*, *reliabilitas*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, estetika, dan *perceived quality* sudah mewakili semuanya.
- b. Hasil analisa deksriptif tentang penetapan harga di rumah makan Kampoeng Sawah menurut persepsi konsumen dikategorikan dalam kondisi yang baik menurut konsumennya. Ini terlihat dari rata-rata skor sebesar 3,5 yang termasuk ke dalam kondisi tinggi atau baik. Dari ke empat indikator harga yaitu terjangkau atau tidaknya harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas, persaingan harga, dan kesesuaian antara harga dengan kuantitas yang sudah menjelaskan semuanya.
- c. Hasil analisa deskriptif tentang pelaksanaan keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah menunjukkan bahwa tingkatan skor rata-rata sebesar 3,28 yang menunjukkan rata-rata tersebut berada pada posisi sedang atau cukup. Dari ke

empat indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang, sudah bisa menjelaskan tentang pelaksanaan keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah.

- d. Berdasarkan hasil hitung regresi linier berganda diperoleh bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,430 (bertanda positif) terhadap keputusan pembelian (Y). Dan untuk hasil pengujian uji parsial (uji t) diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $5,169 > 1,6607$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Maka hipotesis 1 atau H11 diterima.
- e. Berdasarkan hasil hitung regresi linier berganda diperoleh bahwa variabel harga (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,376 (bertanda positif) terhadap keputusan pembelian (Y). Dan untuk hasil pengujian uji parsial (uji t) diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $4,514 > 1,6607$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Maka hipotesis 2 atau H12 diterima.
- f. Berdasarkan hasil hitung uji koefisien determinasi diperoleh bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,481. Hal ini berarti 48,1% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, dan sisanya 51,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi ini. Dan berdasarkan hasil uji kelayakan model (uji F) diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar 44,876 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 diperoleh F tabel sebesar 3,09. Sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. Maka hipotesis 3 atau H13 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arumsari dan Khasanah, 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua: Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Semarang: Jurnal Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Diambil dari: [http://eprints.undip.ac.id/35569/1/JURNAL\(edit\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/35569/1/JURNAL(edit).pdf). (28 April 2014)
- Ghanimata dan Kamal. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana

- Elrina Semarang. Semarang: Diponegoro Journal of Management. Vol. 1, No. 2:3. Diambil dari: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>. (24 April 2014)
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan K. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kusumah dan Indriani, 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang. Semarang: Jurnal Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Dipenogoro. Diambil dari: http://eprints.undip.ac.id/28650/1/Jurnal_Ridwan_Zia_Kusumah_C2A007105.pdf. (28 April 2014)
- Riduwan dan Akdon. 2009. Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Saladin, Djaslim. 2006. Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian. Yogyakarta: CV Linda Karya.
- Saladin, Djaslim. 2007. Intisari Pemasaran & Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung: CV Linda Karya.
- Saladin, Djaslim. 2011. Manajemen Pemasaran; Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab. Bandung: Agung Ilmu.
- Sukirno, S., et al. 2006. Pengantar Bisnis. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. Pemasaran Strategik Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan *R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.