

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Oliv Geprek Ekspres Kudus

Usaha Oliv geprek ekspres ialah salah satu usaha yang berdiri di Kota Kudus. Usaha ini berawal dari istri Bapak Najibul Fuad Agustian mempunyai om yakni adik dari ibunya istri bapak Najibul Fuad Agustian bernama Bapak Lilik Winarno yang mempunyai usaha ayam geprek Oliv geprek ekspres. Kemudian Bapak Najibul Fuad Agustian inisiatif membangun usaha yang sama seperti Bapak Lilik Winarno. Awalnya sebelum membuka usaha restoran ayam geprek Oliv geprek ekspres yang berada di Desa Demaan ini, bapak Najibul Fuad Agustian membuka restoran oliv geprek ekspres di Desa gondosari, kec. Gebog, kab. Kudus. Restoran oliv geprek ekspres di desa gondosari tersebut, sistemnya bagi hasil yakni pemilik dari bapak Najibul Fuad Agustian dan bapak Lilik Winarno. Selang 1 tahun didirikan restoran oliv geprek ekspres di desa gondosari tersebut, bapak Najibul Fuad Agustian membuka cabang yakni bertempat di Desa Demaan. Ayam geprek milik bapak Najibul Fuad Agustian ini ialah sebuah inovasi olahan berbahan dasar ayam yang di goreng yang di baluri tepung crispy yang kemudian di geprek atau di penyot kemudian di leletkan sambal di atasnya. Tidak hanya itu, Sambal modern juga bisa digunakan untuk menyajikan ayam geprek yakni sambal setan, sambal ijo, sambal matah, dan mempunyai toping keju mozzarella. Tidak hanya itu, di Oliv geprek ekspres juga menyediakan aneka paket ayam memakai saus, seperti paket chicken cheese, chicken black paper, chicken barbeque, chicken ekstra pedas, chicken teriyaki dan chicken mushroom. Dari sini bisa dilihat bahwasanya peluang usaha kuliner ini, khususnya ayam geprek mempunyai peluang yang sangat besar bagi masyarakat sekitar, bagi kalangan menengah ke bawah maupun kalangan menengah ke bawah. Ketika membangun restoran oliv geprek ekspres tersebut, bapak Najibul mengutamakan warga sekitar. Dalam proses pemilihan lokasi usaha, bapak Najibul Fuad Agustian menyewa salah satu ruko yang bertempat di sebelah SMK Taman Siswa Kudus yang berada di Desa Demaan, kec. Kota, kab. Kudus. Menurut beliau, lokasi tersebut sangatlah strategis karena terletak di sebelah

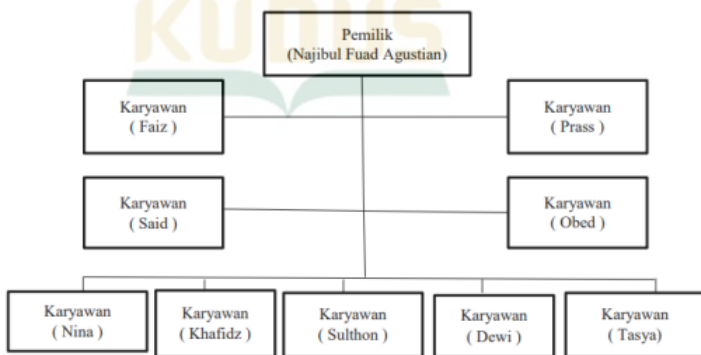
sekolahan SMK, dan di tengah perkotaan sehingga mudah dijangkau masyarakat terutama masyarakat Kudus.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

Susunan organisasi ialah pengaturan dan relasi yang terjalin antara masing-masing komponen dengan jabatan yang saat ini dipegang dalam suatu usaha atau organisasi agar kegiatan operasional dapat dilakukan untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menjelaskan bagaimana kegiatan dan fungsi didefinisikan dan bagaimana mereka dipisahkan satu sama lain di tempat kerja. Desain hierarkis yang layak harus memahami siapa yang melapor kepada siapa dan hubungan antara spesialis.

Kerangka kerja untuk memberikan definisi struktur organisasi terdiri dari empat komponen mendasar:

- a. Struktur organisasi membuktikan bagaimana tugas dan tanggung jawab didistribusikan
- b. Struktur organisasi memberikan gambaran tentang hubungan pelaporan yang ditetapkan secara resmi.
- c. Pengelompokan orang yang akan menjadi bagian dari organisasi ditentukan oleh struktur organisasi; membaginya menjadi beberapa bagian dari keseluruhan organisasi
- d. Struktur organisasi juga menciptakan kerangka hubungan di dalam organisasi yang memungkinkan tercapainya komunikasi vertikal dan horizontal, koordinasi, dan integrasi semua aktivitas. Susunan organisasi yang digunakan restoran oliv geprek ekspres ialah yaitu :



Gambar 4.1 Struktur organisasi pada restoran Oliv Geprek Ekspres

Untuk menjalankan bisnis, Anda mutlak membutuhkan struktur organisasi yang bertujuan untuk melakukan suatu pekerjaan.

Berdasarkan dari struktur organisasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pemilik : Najibul Fuad Agustian
 Sebagai pemilik restoran oliv geprek ekspres yang berada di desa Demaan ini, bapak Najibul Fuad Agustian bertugas untuk memastikan suatu operasional restoran mempunyai performa yang cukup baik, sehingga restoran oliv geprek ekspres tersebut dapat menghasilkan keuntungan dan tidak mengalami kerugian. Selain itu, bapak Najibul Fuad Agustian selaku pemilik dari restoran oliv geprek ekspres di desa Demaan harus bisa mengamati restoran sehingga bisa mengungkap jika ada suatu yang tidak beres sekaligus melakukan evaluasi dan memberikan solusi atas permasalahan tersebut.
- b. Karyawan : Faiz, said, Prass, Obed, Nina, Khafidz, Sulthon, Dewi dan Tasya. Bertugas untuk melayani konsumen yang datang ke restoran oliv geprek ekspres.

B. Gambaran Umum Responden

a. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden bisa dilihat dalam tabel yakni:

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	20	21,3%
2	Perempuan	74	78,7%
Jumlah		94	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel 4.1 diatas terlihat bahwasannya 20 orang atau 21,3% dari 94 responden adalah laki-laki, dimana 74 orang atau 78,7% adalah perempuan.

b. Usia Responden

Adapun mengenai usia responden bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 2
Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 20 Tahun	18	19,1%
2	21 – 30 Tahun	73	77,7%

3	31 – 40 Tahun	3	3,2%
4	41 – 50 Tahun	0	0%
5	>50 Tahun	0	0%
Jumlah		94	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut bahwa usia responden yang mempunyai usia <20 tahun yaitu sebanyak 18 orang atau 19,1% antara usia 21-30 tahun sebanyak 73 orang atau 77,7%, antara usia 31-40 tahun sebanyak 3 orang atau 3,2%, antara usia 41-50 tahun dan >50 tahun sejumlah 0.

c. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pegawai Negeri	2	2,1%
2	Pegawai Swasta	9	9,6%
3	Wiraswasta	16	17,0%
4	Pelajar	53	56,4%
5	Lain-lain	14	14,9%
Jumlah		94	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, bisa diketahui bahwasannya responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 2 responden atau 2,1% pegawai swasta sebanyak 9 responden atau 9,6% wiraswasta sebanyak 16 responden atau 17,0% , sebanyak 53 responden atau 56,4% dan lain-lain sebanyak 14 responden atau 14,9%.

C. Deskripsi Statistik Angket Responden

1. Tanggapan Responden Berdasarkan Brand Image

Jawaban responden berdasarkan brand image dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 4
Brand Image

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Produk di restoran Oliv Geprek Ekspres di Desa Demaan, Kudus memiliki kualitas yang baik	20 21,3 %	49 52,1 %	21 22,3 %	3 3,2 %	1 1,1 %	94 100%
2	Brand Image di restoran Oliv Geprek Ekspres memiliki keunikan yang membedakan dengan brand lainnya	18 19,1 %	52 55,3 %	20 21,3 %	2 2,1 %	2 2,1 %	94 100 %
3	Produk di restoran Oliv Geprek Ekspres dapat di handalkan	16 17,0 %	44 46,8 %	30 31,9 %	2 2,1 %	2 2,1 %	94 100 %
4	Restoran Oliv Geprek Ekspres di Desa Demaan, Kudus mempunyai reputasi yang baik	17 18,1 %	57 60,6 %	15 16,0 %	3 3,2 %	2 2,1 %	94 100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijabarkan bahwa mengenai pernyataan 1 Produk di restoran Oliv Geprek Ekspres fi Desa Demaan, Kudus memiliki kualitas yang baik yang mana sebanyak 20 orang atau 21,3% sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,1% sangat tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan restoran Oliv Geprek Ekspres sangat baik.

Pernyataan 2 tentang brand image direstoran Oliv Geprek Ekspres memiliki keunikan yang membedakan dengan brand lainnya yang mana sebanyak 52 orang atau 55,3% setuju dengan pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% tidak setuju. Hal tersebut membuktikan bahwa brand image direstoran Oliv Geprek Ekspres m di miliki keunikan yang berbeda dan dengan adanya pernyataan tersebut, dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pernyataan 3 tentang produk di Oliv Geprek Ekspres dapat diandalkan yang mana sebanyak 44 orang atau 46,8 sangat setuju dengan adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% tidak setuju. Hal tersebut bahwa produk yang ada di restoran Oliv Geprek Ekspres tidak diragukan lagi.

Pernyataan 4 tentang restoran Oliv Geprek Ekspres di Desa Demaan, Kudus mempunyai reputasi yang baik yang mana sebanyak 57 orang atau 60,6% sangat setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% sangat tidak setuju. Hal tersebut membuktikan bahwa reputasi di Oliv Geprek Ekspres spesifikasi targetnya sudah menjanjikan.

2. Tanggapan Responden Berdasarkan Store Atmosphere

Jawaban responden berdasarkan store stmosphere dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 5
Store Atmosphere**

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Tampilan bagian luar restoran Oliv Geprek Ekspres membuat saya tertarik membeli di restoran tersebut	21 22,3 %	39 41,5 %	27 28,7 %	5 5,3 %	2 2,1 %	94 100 %
2	Saya nyaman saat membeli produk di restoran Oliv Geprek Ekspres karena kondisi	22 23,4 %	48 51,1 %	18 19,1 %	4 4,3 %	2 2,1 %	94 100 %

	tempat bersih						
3	Penataan ruangan di restoran Oliv Geprek Ekspres memudahkan saya untuk membeli produk di restoran tersebut	18 19,1 %	46 48,9 %	26 27,7 %	1 1,1 %	3 3,2 %	94 100 %
4	Papan nama restoran Oliv Geprek Ekspres di Desa Demaan, Kudus terlihat jelas	19 20,2 %	52 55,3 %	18 19,1 %	4 4,3 %	1 1,1 %	94 100 %

Sumber : Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 mengenai tampilan bagian luar restoran Oliv Geprek Ekspres membuat tertarik membeli di restoran tersebut yang mana sebanyak 39 orang atau 41,5% setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa desain interior bagian luar restoran oliv geprek ekspres dapat memberikan dampak yang positif terhadap keputusan pembeliannya. Dan hal tersebut membuat pembeli tertarik kembali membeli produk di restoran tersebut.

Pernyataan 2 tentang Konsumen nyaman saat membeli produk di restoran Oliv Geprek Ekspres karena kondisi tempat yang bersih yang mana sebanyak 48 orang atau 51,1% setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebersihan di restoran yang paling utama karena dapat membuat konsumen merasa nyaman saat membeli produk di restoran tersebut.

Pernyataan 3 tentang Penataan ruangan di restoran Oliv Geprek Ekspres memudahkan konsumen untuk membeli produk di restoran tersebut yang mana sebanyak 46 orang atau 48,9% setuju adanya pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,1% tidak setuju. Dengan adanya penataan ruangan memudahkan konsumen untuk membeli produk tersebut, hal tersebut membuat

konsumen nyaman saat melakukan transaksi pembelian produk di restoran tersebut.

Pernyataan 4 tentang papan nama di restoran Oliv Geprek Ekspres di Desa Demaan, Kudus terlihat jelas yang mana sebanyak 52 orang atau 55,3% setuju adanya pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,1% sangat tidak setuju. Dengan adanya papan nama yang jelas, hal tersebut memudahkan konsumen menemukan tempat lokasi restoran Oliv Geprek Ekspres.

3. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Layanan

Jawaban responden berdasarkan kualitas layanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6
Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Di restoran Oliv Geprek Ekspres memberikan pelayanan yang cepat, bagus dan bisa di andalkan	18 19,1 %	48 51,1 %	21 22,3 %	5 5,3 %	2 2,1 %	94 100 %
2	Penanganan keluhan konsumen di restoran Oliv Geprek Ekspres ditanggapi dengan baik	17 18,1 %	45 47,9 %	25 26,6 %	5 5,3 %	2 2,1 %	94 100 %
3	Di restoran Oliv Geprek Ekspres memberikan pelayanan yang baik seperti keramahan, perhatian dan kesopanan kepada konsumen	24 25,5 %	47 50,0 %	20 21,3 %	1 1,1 %	2 2,1 %	94 100 %
4	Penampilan karyawan di restoran Oliv	21 22,3 %	46 48,9 %	21 22,3 %	4 4,3 %	2 2,1 %	94 100 %

	Geprek Ekspres pada saat berhadapan dengan konsumen rapi dan sopan						
5	Di restoran Oliv Geprek Ekspres terdapat fasilitas fast searching, memudahkan pencarian informasi yang dibutuhkan	19 20,2 %	48 51,1 %	22 23,4 %	3 3,2 %	2 2,1 %	94 100 %

Sumber : Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pernyataan 1 mengenai di restoran oliv geprek ekspres memberikan pelayanan yang cepat, bagus dan bisa diandalkan sebanyak 48 orang atau 51,1% setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan restoran Oliv Geprek Ekspres kualitas pelayanannya bisa dijanjikan.

Pernyataan 2 tentang Penanganan keluhan konsumen direstoran Oliv Geprek Ekspres ditanggapi dengan baik sebanyak 45 orang atau 47,9% setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% sangat tidak setuju.

Pernyataan 3 tentang direstoran Oliv Geprek Ekspres memberikan pelayanan yang baik seperti keramahan, perhatian dan kesopanan kepada konsumen sebanyak 47 orang atau 50,0% setuju adanya pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,1% tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan tidak diragukan lagi.

Pernyataan 4 tentang penampilan karyawan direstoran Oliv Geprek Ekspres pada saat berhadapan dengan konsumen rapi dan sopan sebanyak 46 orang atau 48,9% setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% sangat tidak setuju.

Pernyataan 5 tentang direstoran Oliv Geprek Ekspres terdapat fasilitas fast researching memudahkan pencarian informasi yang dibutuhkan sebanyak 48 orang atau 51,1% setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 2,1% tidak setuju.

4. Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian

Jawaban responden berdasarkan keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 7
Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya merasa puas membeli produk di restoran Oliv Geprek Ekspres	21 22,3 %	54 57,4 %	16 17,0 %	0 0 %	3 3,2 %	94 100 %
2	Saya berlangganan membeli produk di restoran Oliv Geprek Ekspres	17 18,1 %	34 36,2 %	31 33,0 %	8 8,5 %	4 4,3 %	94 100 %
3	Saya merekomendasikan ke orang lain untuk membeli produk di restoran Oliv Geprek Ekspres	19 20,2 %	37 39,4 %	31 33,0 %	6 6,4 %	1 1,1 %	94 100 %
4	Saya melakukan pembelian ulang di restoran Oliv Gerpek Ekspres	21 22,3 %	40 42,6 %	27 28,7 %	5 5,3j %	1 1,1 %	94 100 %

Sumber : Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa pernyataan 1 tentang konsumen merasa puas membeli produk direstoran Oliv Geprek Ekspres sebanyak 54 orang atau 57,4% setuju adanya pernyataan tersebut dan 3 orang atau 3,2% tidak setuju

Pernyataan 2 tentang konsumen berlangganan membeli produk direstoran Oliv Geprek Ekspres sebanyak 34 orang atau 36,2% setuju adanya pernyataan tersebut dan 4 orang sangat tidak setuju adanya pernyataan tersebut.

Pernyataan 3 tentang konsumen merekomendasikan keorang lain untuk membeli produk direstoran Oliv Geprek Ekspres sebanyak 37

orang atau 39,4 setuju adanya pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,1 tidak setuju.

Pernyataan 4 tentang konsumen melakukan pembelian ulang direstoran Oliv Geprek Ekspres sebanyak 40 orang setuju adanya pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,1% tidak setuju.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan 94 responden. Nilai r tabel yang dihasilkan untuk $(df=n-2) = 94$ yaitu 0,207. Tujuan uji coba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah usaha untuk mengetahui validitas, suatu instrument bisa dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur.¹

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 20 for Windows

1. Uji Validitas

a. Keputusan Pembelian

Hasil uji validitas keputusan pembelian dapat ditunjukkan pada tabel berikut

Tabel 4. 8
Uji Validitas Keputusan Pembelian
N = 94

No	Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item 1	0,748	0,207	0,000	Valid
2	Item 2	0,903	0,207	0,000	Valid
3	Item 3	0,868	0,207	0,000	Valid
4	Item 4	0,883	0,207	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel keputusan pembelian adalah valid.

b. Brand Image

Hasil uji validitas brand image dapat ditunjukkan seperti pada tabel berikut:

¹ Arikunto Suharsimi, *marian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

Tabel 4. 9
Uji Validitas Brand Image
N = 94

No	Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item 1	0,898	0,207	0,000	Valid
2	Item 2	0,844	0,207	0,000	Valid
3	Item 3	0,858	0,207	0,000	Valid
4	Item 4	0,846	0,207	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan tarak signifikasi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas produk adalah valid.

c. Store Atmosphere

Hasil uji validitas store atmosphere dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Uji Validitas Store Atmosphere
N = 94

No	Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item 1	0,781	0,207	0,000	Valid
2	Item 2	0,895	0,207	0,000	Valid
3	Item 3	0,840	0,207	0,000	Valid
4	Item 4	0,858	0,207	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan tarak signifikasi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel store atmosphere adalah valid.

d. Kualitas Layanan

Hasil uji validitas kualitas layanan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Uji Validitas Kualitas Layanan
N = 94

No	Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item 1	0,844	0,207	0,000	Valid
2	Item 2	0,870	0,207	0,000	Valid
3	Item 3	0,891	0,207	0,000	Valid
4	Item 4	0,847	0,207	0,000	Valid
5	Item 5	0,746	0,207	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan tarak signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas layanan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Tujuan ujicoba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah upaya untuk mengetahui reliabilitas. instrument tersebut dapat mengukur apa yang dimaksud dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan diantara subjek.²

Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini :

Tabel 4. 12
Uji Reliabilitas
N = 94

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	Keputusan Pembelian	0,874	$\geq 0,60$	Reliabel
2	Brand Image	0,884	$\geq 0,60$	Reliabel
3	Store Atmosphere	0,862	$\geq 0,60$	Reliabel
4	Kualitas Layanan	0,898	$\geq 0,60$	Reliabel

² Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

Sumber : Data diolah, 2023

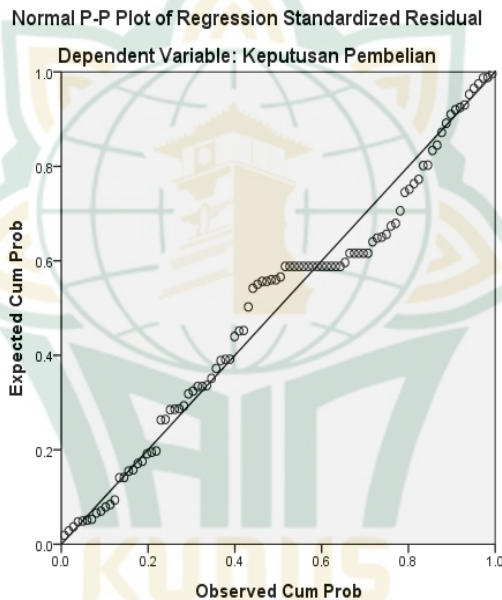
Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa seluruh dimensi masing-masing variabel memiliki nilai *cronboach alpha* $\geq 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4 1
Uji Normalitas



Sumber: Output Olah Data SPSS Versi 20

Berdasarkan gambar 4.2 diatas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan bahwa pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 13
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Brand Image	0,272	3,671
Store Atmosphere	0,346	2,889
Kualitas Layanan	0,217	4,613

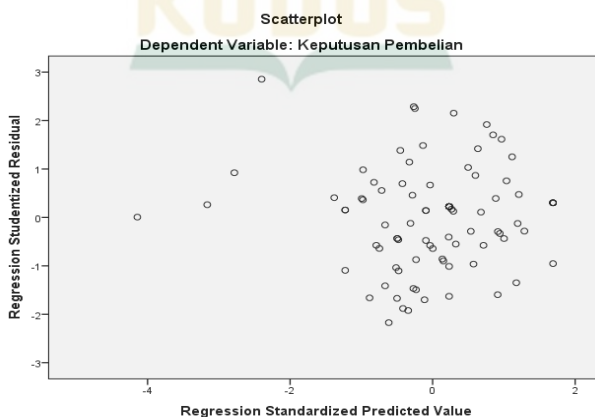
Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa angka *Tolerance* diatas $>0,1$ dan mempunyai nilai *VIF* di bawah < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4 2
Uji Heteraskedastisitas



Sumber: Output Olah Data SPSS Versi 20

Berdasarkan gambar 4.3 diatas tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini :

Tabel 4. 14
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.857 ^a	0,734	0,725	1,629	1,690

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Store Atmosphere, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai Durbin watson sebesar 1,690. Sehingga nilai DW berada diantara $dU (1,7306) < DW (1,690) < 4 - dU (4 - 1,7306 = 2,2694)$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Yang berarti bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak terpengaruhi atau terganggu oleh variabel pengganggu.

F. Hasil Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Hasil pengujian analisis regresi berganda dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4. 15
Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	0,108	0,982	
	Kualitas Produk	0,251	0,115	0,228
	Harga	0,208	0,097	0,198
	Desain Produk	0,409	0,098	0,485

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,108+0,251X_1+0,208X_2+0,409X_3e$$

Uraian persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan, yaitu :

1) Konstanta

Konstanta memiliki nilai positif sebesar 0,108. Positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independent yang meliputi Brand Image (X1), Store Atmosphere (X2) dan Kualitas Layanan (X3) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan (konstan), maka rata-rata kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,108.

2) Brand Image (X1)

Hasil koefisien regresi dari *brand image* adalah positif artinya brand image mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada keputusan pembelian sebesar 0,251 dengan syarat seluruh variabel adalah konstan

3) Store Atmosphere (X2)

Hasil koefisien regresi dari *store atmosphere* adalah positif artinya store atmosphere mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada keputusan pembelian sebesar 0,208 dengan syarat seluruh variabel adalah konstan

4) Kualitas Layanan (X3)

Hasil koefisien regresi dari *kualitas layanan* adalah positif artinya kualitas layanan 0,409 dengan syarat seluruh variabel adalah konstan

2. Hasil Analisis Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Signifikan Parameter Parsial (Uji-T)

Hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 16

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,108	0,982		0,110	0,913

Brand Image	0,251	0,115	0,228	2,193	0,031
Store Atmosphere	0,208	0,097	0,198	2,138	0,035
Kualitas Layanan	0,409	0,098	0,485	4,156	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah, 2023

1. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian
Berdasarkan hasil pengujian mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,193 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,987 ($t_{hitung} < t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi sebesar $0,031 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
 2. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian
Berdasarkan hasil pengujian mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,138 lebih dari t_{tabel} sebesar 1,987 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
 3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian
Berdasarkan hasil pengujian mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4,156 lebih dari t_{tabel} sebesar 1,987 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- b. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji-F)
Hasil pengujian uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 17
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	659,213	3	219,738	82,835	,000 ^b

Residua	238,745	90	2,653		
1					
Total	897,957	93			

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
- b. Predictors: (Constant), Brand Image, Store Atmosphere, Kualitas Layanan

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas mendapatkan nilai F_{hitung} sebesar 82,835 dan F_{tabel} sebesar 2,705 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara brand image, store stmosphere dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian secara simultan.

- c. Koefisien Determinasi R^2

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 18
Koefisien Determinasi R^2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.725	1,629

- a. Predictors: (Constant), Brand Image, Store Atmosphere dan Kualitas Layanan

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tebel diatas, dapat dijelaskan bawa nilai $R Square$ sebesar 0,725 atau 72,5%, artinya variasi besarnya keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh brand image, store stmosphere, kualitas layanan sedangkan sisanya 27,5% lainnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

G. Pembahasan dan Analisis

1. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,1983 dan t_{tabel} sebesar 1,987 ($t_{hitung} < t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi sebesar $0,31 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 brand image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengembangan citra merek dapat berfungsi sebagai keunggulan kompetitif bagi bisnis dalam hal mempertahankan dan memperoleh pelanggan baru. Akibatnya, bisnis harus memberikan manfaat produk sesuai

dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan agar pelanggan mempunyai kesan yang baik terhadap merek tersebut.

2. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,138 lebih dari t_{tabel} sebesar 1,987 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi sebesar $0,35 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti positif yaitu terdapat pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian. Store atmosphere yakni suasana terencana yang menarik bagi konsumen dapat mendorong pembelian. Di restoran dapat menciptakan suasana yang membuat konsumen merasa nyaman dan aman. Store atmosphere dapat meningkatkan keputusan pembelian dan mempengaruhi keputusan konsumen. Saat membuat keputusan tentang apa yang dibeli, konsumen tidak hanya menanggapi produk dan layanan yang tersedia, tetapi konsumen juga menanggapi lingkungan tempat restoran membeli produk tersebut. Alhasil, salah satu inovasinya ialah dengan menciptakan suasana yang nyaman. Seperti : melengkapi restoran dengan dekorasi seperti pencahayaan yang sesuai dan tema ruangan. Ketika konsumen membeli produk tersebut, konsumen harus merasa nyaman dan terkesan dengan berbagai nuansa karena hal tersebut dapat menciptakan rasa nyaman di restoran tersebut.

3. Pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,156 lebih dari t_{tabel} sebesar 1,987 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Tentunya jika ada pelayanan yang baik maka masyarakat lebih senang dengan produk yang dibelinya. Untuk dapat bersaing dan bertahan, restoran dapat menjawab kebutuhan pembeli dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pembeli sehingga nantinya pembeli merasa dihargai dan benar-benar ingin menjadi pelanggan tetap.

4. Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 82,835 dan F_{tabel} sebesar 1,987 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima yang berarti

terdapat pengaruh antara brand image, store atmosphere dan kualitas layanan secara simultan.

