

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Gambaran Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus

Kampoeng Sawah adalah sebuah restoran yang berada di sekitar sawah, sesuai dengan namanya Kampoeng Sawah berdiri di atas sebuah danau yang dikelilingi oleh sawah yang hijau, dijamin nyaman banget tempatnya. Pemandangan yang fresh dan udara yang masih segar membuat tempat ini berbeda dengan tempat lainnya. Kampoeng Sawah menyediakan beberapa ikan bakar/goreng dengan bumbu saus madu dan/kecap. Tak hanya itu, Kampoeng Sawah juga menyediakan oseng keong, keong sayur/sayur lompeng, sayur nila, sayur patin, nasi goreng, cumi crispy, dan masih banyak menu lain yang pastinya bikin ketagihan dan ingin mencobanya lagi. Kampoeng Sawah menyediakan aneka jus, softdrink, kopi, susu, es buah dan minuman mendunia, yaitu teh dan jeruk.¹

Kampoeng Sawah berbeda dengan yang lainnya. Sebenarnya di Kabupaten Kudus sendiri masakan yang menawarkan menu seperti kami cukup banyak, tapi Kampoeng Sawah mempunyai ciri khas tersendiri yaitu pada rasa. salah satu menu yang kami andalkan adalah ikan bakar saus madu dan keong sayur/sayur lompeng. Sudah banyak pelanggan yang merasa dipuaskan oleh masakan Kampoeng Sawah. Kampoeng Sawah juga sebagai pelopor adanya sayur keong. Walaupun Kampoeng Sawah terbilang baru, tapi jangan salah, untuk rasa Kampoeng Sawah lah idolanya. Kontak Kampoeng Sawah di nomor +6285 727 540 788 atau

¹ Hasil observasi peneliti pada Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus, tanggal 13 Agustus 2019.

datang langsung ke Jl. Kudus - Purwodadi km.7 Desa Undaan Lor, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.²

b. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Pada bagian selanjutnya akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari obyek penelitian. Data deskriptif penelitian disajikan agar dapat dilihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang akan diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama atautkah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut antara lain: usia, jenis kelamin dan pendidikan terakhir.

1) Usia Responden

Hasil penelitian terdapat dua kelompok responden, yaitu responden yang berusia kurang dari 25 tahun dan lebih dari 25 tahun yang seluruhnya berjumlah 97 responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	41	42,27%
> 25 tahun	56	57,73%
Jumlah	97	100%

Sumber : Hasil penyebaran angket, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjadi sampel mayoritas berusia lebih dari 25 tahun sebanyak 56 orang atau 57,73%. Sedangkan responden berusia kurang dari 25 tahun sebanyak 41 orang atau 42,27% dari keseluruhan jumlah sampel.

² Hasil observasi peneliti pada Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus, tanggal 13 Agustus 2019.

2) Jenis Kelamin Responden

Hasil penelitian terdapat dua kelompok responden, yaitu responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang seluruhnya berjumlah 97 responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	51	52,58%
Perempuan	46	47,42%
Jumlah	97	100%

Sumber : Hasil penyebaran angket, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjadi sampel mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 51 orang atau 52,58%. Sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang atau 47,42% dari keseluruhan jumlah sampel.

3) Pendidikan Terakhir Responden

Hasil penelitian terdapat empat kelompok responden, yaitu responden yang berpendidikan SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi yang seluruhnya berjumlah 97 responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	4	4,12%
SMP	15	15,46%
SMA	28	28,87%
Perguruan Tinggi	50	51,55%
Jumlah	97	100%

Sumber : Hasil penyebaran angket, 2019.

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjadi sampel mayoritas berpendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 50 orang atau 51,55%. Sedangkan responden berpendidikan terakhir SD sebanyak 4 orang atau 4,12% dari

keseluruhan jumlah sampel. Responden dengan jumlah 15 orang atau 15,46% berpendidikan SMP, sedangkan responden berpendidikan terakhir SMA sebanyak 28 orang atau 28,87% dari keseluruhan jumlah sampel.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas Instrumen

Penerapan uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali, terhadap gejala yang sama. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut:

a) Kualitas Pelayanan

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Q1X1	0,551	0,3610	Valid
	Q2X1	0,367	0,3610	Valid
	Q3X1	0,378	0,3610	Valid
	Q4X1	0,648	0,3610	Valid
	Q5X1	0,445	0,3610	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, variabel independen dalam penelitian yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 pertanyaan semua itemnya valid. Hasil tersebut diperoleh dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n - 2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus

ini besarnya df dapat dihitung $30-2$ atau $df = 28$ dengan $\alpha 0.05$ didapat $r_{\text{tabel}} 0,3610$. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *correlated item-total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Dengan demikian maka semua variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b) Fasilitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas (X2)	Q1X2	0,685	0,3610	Valid
	Q2X2	0,759	0,3610	Valid
	Q3X2	0,656	0,3610	Valid
	Q4X2	0,753	0,3610	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, variabel independen dalam penelitian yaitu fasilitas yang terdiri dari 4 pertanyaan semua itemnya valid. Hasil tersebut diperoleh dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n - 2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $30-2$ atau $df = 28$ dengan $\alpha 0.05$ didapat $r_{\text{tabel}} 0,3610$. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *correlated item-total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Dengan demikian maka semua variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c) Keputusan Pembelian

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Q1Y	0,668	0,3610	Valid
	Q2Y	0,619	0,3610	Valid
	Q3Y	0,666	0,3610	Valid
	Q4Y	0,705	0,3610	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, variabel independen dalam penelitian yaitu keputusan pembelian yang terdiri dari 4 pertanyaan semua itemnya valid. Hasil tersebut diperoleh dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n - 2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $30-2$ atau $df = 28$ dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,3610. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *correlated item-total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Dengan demikian maka semua variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2) Uji Reliabilitas Instrumen

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, apabila koefisien $\alpha > 0.60$ maka instrumen dikatakan handal. Berikut hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficiens	r-Alpha	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	5 Item	0,723	0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	4 Item	0,808	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	4 Item	0,799	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* $> 0,60$, dengan demikian semua variabel dapat dikatakan reliabel.

b. Deskriptif Statistik

Fungsi analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data yang telah diperoleh. Gambaran umum ini bisa menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang kita peroleh. Statistik deskriptif lebih berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data, serta penyajian hasil peringkasan tersebut. Deskripsi kualitas pelayanan, fasilitas dan keputusan pembelian dapat dilihat dalam tabel berikut :

1) Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden berdasarkan kualitas pelayanan dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.8 Deskriptif Statistik Kualitas Pelayanan

Indikator	Total	%	Tota I	%	Tota I	%	Tota I	%	Total	%
	SS		S		N		TS		STS	
Penataan tempat warung yang menarik	55	56,7	42	43,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Pelayanan yang sama untuk semua konsumen	62	63,9	35	36,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Cepat tanggap menyelesaikan keluhan konsumen	62	63,9	30	30,9	5	5,2	0	0,0	0	0,0
Jaminan keamanan	33	34,0	52	53,6	12	12,4	0	0,0	0	0,0
Kebersihan dan kerapian tempat	61	62,9	30	30,9	6	6,2	0	0,0	0	0,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa penataan tempat warung yang menarik sebanyak 56,7% responden menyatakan sangat setuju, 43,3% responden menyatakan setuju, 0,0% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak

setuju. Pelayanan yang sama untuk semua konsumen sebanyak 63,9% responden menyatakan sangat setuju, 36,1% responden menyatakan setuju, 0,0% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Cepat tanggap menyelesaikan keluhan konsumen, sebanyak 63,9% responden menyatakan sangat setuju, 30,9% responden menyatakan setuju, 5,2% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Jaminan keamanan, sebanyak 34,0% responden menyatakan sangat setuju, 53,6% responden menyatakan setuju, 12,4% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Kebersihan dan kerapian tempat, sebanyak 62,9% responden menyatakan sangat setuju, 30,9% responden menyatakan setuju, 6,2% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

2) Fasilitas

Tanggapan responden berdasarkan fasilitas dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.9 Deskriptif Statistik Fasilitas

Indikator	Total	%	Tota 1	%	Tota 1	%	Tota 1	%	Total	%
	SS		S		N		TS		STS	
Tersedia toilet dan kamar mandi yang bersih	37	38,1	54	55,7	6	6,2	0	0,0	0	0,0
Tersedia lahan parkir yang memadai	47	48,5	50	51,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tempat untuk makan yang nyaman	24	24,7	43	44,3	17	17,5	13	13,4	0	0,0
Tempat untuk makan yang bersih	40	41,2	57	58,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa tersedia toilet dan kamar mandi yang bersih sebanyak 38,1% responden menyatakan sangat setuju, 55,7% responden menyatakan setuju, 6,2% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Tersedia lahan parkir yang memadai sebanyak 48,5% responden menyatakan sangat setuju, 51,5% responden menyatakan setuju, 0,0% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Tempat untuk makan yang nyaman sebanyak 24,7% responden menyatakan sangat setuju, 44,3% responden menyatakan setuju, 17,5% responden menyatakan netral, 13,4% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Tempat untuk makan yang bersih sebanyak 41,2% responden menyatakan sangat setuju, 58,8% responden menyatakan setuju, 0,0% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

3) Keputusan Pembelian

Tanggapan responden berdasarkan keputusan pembelian dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 Deskriptif Statistik Keputusan Pembelian

Indikator	Total	%	Tota l	%	Tota l	%	Tota l	%	Total	%
	SS		S		N		TS		STS	
Sesuai kebutuhan	54	55,7	43	44,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Mempunyai manfaat	55	56,7	36	37,1	6	6,2	0	0,0	0	0,0
Keputusan yang tepat dalam membeli produk	38	39,2	47	48,5	12	12,4	0	0,0	0	0,0
Pembelian berulang	46	47,4	44	45,4	7	7,2	0	0,0	0	0,0

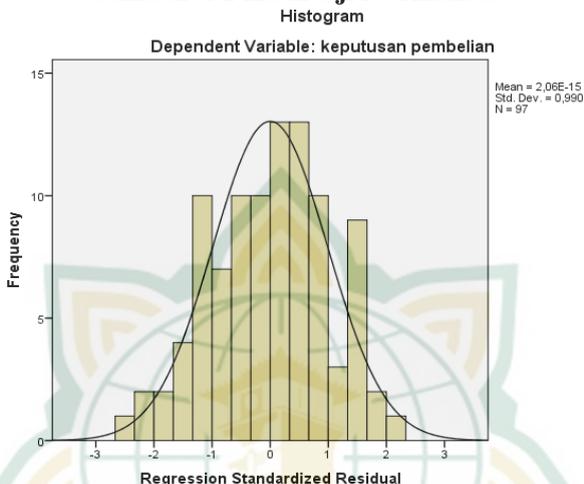
Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa sesuai kebutuhan sebanyak 55,7% responden menyatakan sangat setuju, 44,3% responden menyatakan setuju, 0,0% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Mempunyai manfaat sebanyak 56,7% responden menyatakan sangat setuju, 37,1% responden menyatakan setuju, 6,2% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Keputusan yang tepat dalam membeli produk sebanyak 39,2% responden menyatakan sangat setuju, 48,5% responden menyatakan setuju, 12,4% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pembelian berulang sebanyak 47,4% responden menyatakan sangat setuju, 45,4% responden menyatakan setuju, 7,2% responden menyatakan netral, 0,0% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Berdasarkan hasil *output* SPSS disajikan pada gambar sebagai berikut:

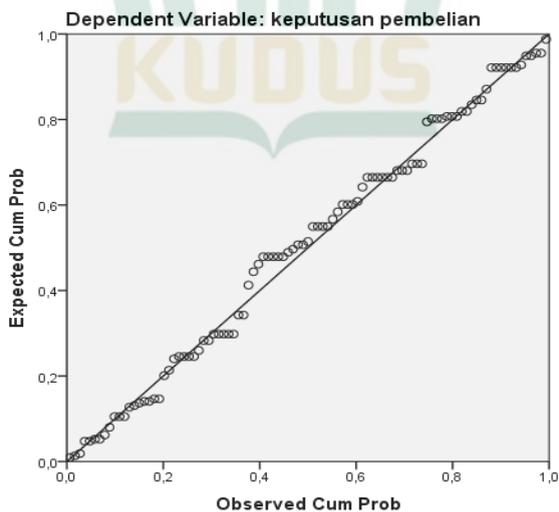
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Gambar 4.3 tersebut menunjukkan bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, sesuai kaidah pengambilan keputusan uji normalitas, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,942	1,703		1,140	,257		
kualitas pelayanan	,659	,080	,672	8,209	,000	,810	1,235
fasilitas	,053	,074	,059	2,718	,005	,810	1,235

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Hasil pengujian multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas karena semua nilai VIF kurang dari angka 10.

Berdasarkan hasil pengujian yang tercermin dalam tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas, artinya tidak

terjadi hubungan linier antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

3) Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi

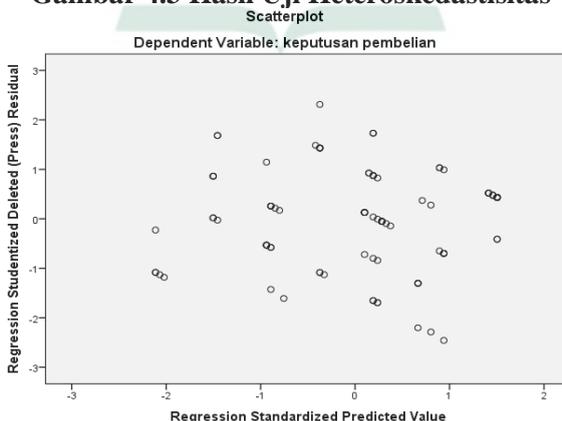
Model	Durbin-Watson
1	2,186

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil pengujian autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 2,186 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah responden 97 orang dan jumlah variabel bebas 2, maka diperoleh nilai d_l 1,6275 dan nilai d_u 1,7116. Oleh karena nilai DW 2,186 diantara $d_u < DW < 4 - d_u$ yaitu $(1,7116 > 2,186 < 2,2884)$ maka sesuai kaidah pengambilan keputusan disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi.

4) Uji Heterokedastisitas

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan grafik *scatterplot* tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus.

d. Uji Statistik

1) Analisis Regresi Berganda

Model analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus dengan variabel bebas yang meliputi kualitas pelayanan dan fasilitas. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,942	1,703		1,140	,257		
kualitas pelayanan	,659	,080	,672	8,209	,000	,810	1,235
fasilitas	,053	,074	,059	2,718	,005	,810	1,235

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,942 + 0,659X_1 + 0,053X_2 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan

pembelian (Y) dengan menggunakan tingkat signifikansi α 0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta akan sering disebut juga dengan *intercept* (titik potong X dengan Y) mempunyai nilai sebesar 1,942 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y). Maka keputusan pembelian (Y) akan memperoleh nilai 1,942.
- b) Variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,659. Artinya variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian (Y), apabila variabel kualitas pelayanan (X1) meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat apabila variabel kualitas pelayanan (X1) turun maka keputusan pembelian (Y) akan menurun.
- c) Variabel fasilitas (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,053. Artinya variabel fasilitas (X2) mempunyai pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian (Y), apabila variabel fasilitas (X2) meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat atau apabila variabel fasilitas (X2) turun maka keputusan pembelian (Y) akan menurun.

2) Uji t Parsial

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa variabel tingkat pendidikan, pemahaman akuntansi koperasi berbasis SAK-ETAP, kematangan usia, perilaku, efektivitas kinerja dan pemanfaatan teknologi informasi akuntansi, berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kualitas laporan keuangan (Y) digunakan uji t. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan

diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS.

Tabel 4.14 Hasil Uji t Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,942	1,703		1,140	,257		
kualitas pelayanan	,659	,080	,672	8,209	,000	,810	1,235
fasilitas	,053	,074	,059	2,718	,005	,810	1,235

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

a) Kualitas Pelayanan

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0.5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 97-2-1 = 94$ diperoleh $t_{tabel} = 1,98552$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,209. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($8,209 > 1,98552$), seperti terlihat pada tabel 4.14. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus, **sehingga H_1 diterima.**

b) Fasilitas

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0.5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 97-2-1 = 94$ diperoleh $t_{tabel} = 1,98552$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,718. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,718 > 1,98552$),

seperti terlihat pada tabel 4.14. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus, **sehingga H_2 diterima.**

3) Uji Statistik F

Langkah pertama yaitu merumuskan hipotesis yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus.

Langkah kedua menentukan besarnya F tabel dengan ukuran sampel. Dimana $dk_{pembilang} = 2$ $dk_{penyebut} = 97$ dan nilai $\alpha = 0,05$, sehingga di dapat F tabel = 3,09 seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji signifikansi Simultan (Uji statistik F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	130,772	2	65,386	45,107	,000 ^b
Residual	136,259	94	1,450		
Total	267,031	96			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), fasilitas, kualitas pelayanan

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung = 45,107 yang telah disajikan tabel ANOVA dalam persamaan regresi.

Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($45,107 > 3,09$) artinya kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah keputusan pembelian, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah kualitas pelayanan dan fasilitas. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700 ^a	,490	,479	1,20398

a. Predictors: (Constant), fasilitas, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai $r = 0,700^a$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R^2 besarnya 0,490. Ini berarti variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas yang diturunkan dalam model sebesar 49%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) keputusan pembelian (Y) sebesar 49%. Variasi keputusan pembelian (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua

variabel independen, jadi sisanya sebesar $(100\% - 49\% = 51\%)$ keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, misalnya harga, kualitas produk dan lainnya.

B. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus. Berdasarkan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($8,209 > 1,98552$), dengan demikian t hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan rata-rata sebanyak 56,7% responden sangat setuju bahwa penataan tempat Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menarik. Sebanyak 63,9% responden setuju bahwa pelayan Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus melayani pelanggan dengan sama dan baik. Kemudian menunjukkan sebanyak 63,9% responden sangat setuju bahwa pelayan dengan cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan dari pembeli. Sebanyak 34% responden setuju bahwa Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menjamin keamanan kendaraan dan barang pembeli. Kemudian menunjukkan sebanyak 62,9% responden sangat setuju bahwa kebersihan dan kerapian Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus selalu terjaga. Berdasarkan hasil penyebaran angket tersebut dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki rata-rata paling rendah adalah indikator keempat yaitu Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menjamin keamanan kendaraan dan barang pembeli. Sedangkan indikator yang memiliki rata-rata paling tinggi adalah indikator kedua dan ketiga yaitu pelayan Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus melayani pelanggan dengan sama, baik, cepat dan tanggap.

Dalam rangka menciptakan kepuasan terhadap konsumen, produk/jasa yang ditawarkan harus berkualitas. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dapat

mendongkrak penjualan jasa dan menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Thomson P. S dan Liasta Ginting⁴ serta penelitian Gadhang Pangenggar, dkk⁵ menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Amrullah, dkk⁶ bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian

Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus. Berdasarkan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($2,718 > 1,98552$), dengan demikian t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan rata-rata sebanyak 38,1% responden sangat setuju bahwa Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menyediakan toilet dan kamar mandi yang bersih. Sebanyak 48,5% responden setuju bahwa Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menyediakan lahan parkir yang memadai. Kemudian menunjukkan sebanyak 24,7% responden sangat setuju bahwa Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus

³ Gadhang Pangenggar, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen "Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant" Semarang)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2, No. 1 (2015): 3.

⁴ Thomson P. S dan Liasta Ginting, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian", *EKONOMIKA* Volume III, Nomor 2 (2017):12.

⁵ Gadhang Pangenggar, dkk, "1.

⁶ Amrullah, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda", *Kinerja : Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2), (2016): 99.

menyediakan tempat untuk makan yang nyaman. Sebanyak 41,2% responden setuju bahwa Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menyediakan tempat untuk makan yang bersih. Berdasarkan hasil penyebaran angket tersebut dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki rata-rata paling rendah adalah indikator ketiga yaitu Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menyediakan tempat untuk makan yang nyaman. Sedangkan indikator yang memiliki rata-rata paling tinggi adalah indikator kedua yaitu Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus menyediakan lahan parkir yang memadai.

Lokasi dan fasilitas juga menjadi peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk menarik para konsumen. Lokasi merupakan salah satu bagian mendasar bagi konsumen dalam keputusan pembelian, apabila lokasi perusahaan mudah dijangkau, dan mudah diakses oleh transportasi maka perusahaan tersebut mempunyai nilai tambah tersendiri. Begitu juga dengan fasilitas, fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen akan mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk, lokasi dan fasilitas juga termasuk pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.⁷

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Gadhang Pangenggar, dkk⁸ serta penelitian Nicklouse Christian Lempoy, dkk⁹ menyatakan bahwa fasilitas

⁷ Gadhang Pangenggar, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen "Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant" Semarang)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2, No. 1 (2015): 2

⁸ Gadhang Pangenggar, dkk, 1.

⁹ Nicklouse Christian Lempoy, dkk, "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder", *Jurnal EMBA* Vol.3 No.1 Maret (2015): 1073.

berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sudarwati, dkk¹⁰ bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus. Sesuai dengan nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel ($45,107 > 3,09$), serta didukung dengan nilai signifikansi di bawah 0.05 yaitu 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Resto Kampung Sawah Segaran Undaan Kudus.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R^2 besarnya 0,490. Ini berarti variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas yang diturunkan dalam model sebesar 49%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) keputusan pembelian (Y) sebesar 49%. Variasi keputusan pembelian (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, jadi sisanya sebesar ($100\% - 49\% = 51\%$) keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, misalnya harga, kualitas produk dan lainnya.

Perilaku konsumen merupakan tindakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang

¹⁰ Sudarwati, dkk, "Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Satwa Taru Jurug Solo", *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 4, Nomor 2, Feb (2017): 238.

mempengaruhi dan variabel variabel variabel yang cenderung saling berinteraksi. Perilaku pembeli dapat pula dinyatakan sebagai proses dimana individu idividu berinteraksi dengan lingkungannya untuk tujuan mengambil keputusan keputusan di pasar tentang barang barang dan jasa sehingga perilaku perilaku konsumen tersebut tentu saja dipengaruhi oleh lingkungan. Sebuah proses pembelian tidak berakhir dengan transaksi pembelian saja, dalam perilaku purna jual konsumen merasakan adanya kepuasan atau tidak adanya kepuasan pembelian, ini mempengaruhi pembelian selanjutnya, mengetahui perilaku konsumen memang bukan hal yang mudah, tetapi dapat menguntungkan pihak pengusaha. Tahap tahap proses pengambilan keputusan pembelian ini adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, lalu perilaku pasca pembelian.¹¹

¹¹ Gadhag Pangenggar, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen “Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant” Semarang)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2, No. 1 (2015): 4.