

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran obyek Penelitian

##### a. Profil dan Sejarah Restoran

Gokil restaurant and d'brew coffe yang bertempat di Jl.R Agil Kusumadya No. 68 Desa Jati kulon Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Dengan luas 100 x 50 Meter persegi. Berdiri pada tahun 2018 dan dipimpin oleh Manager Pak Andika Bayu, dengan terdiri dari super visor, Bar, Visor, Kitchen, dan mempunyai 25 Karyawan, buka mulai jam 10.00 sampai jam 22.00.

Gokil restaurant and dbrew Coffe berawal dari kata "Gokil" yang berarti *Sego kikil*, sego kikil ini biasa ditemukan di warung lesehan atau kucingan yang berada dipinggir jalan atau rumah makan, tapi kami mencoba untuk membuat dan menyajikan makanan ini di tempat yang mewah , kikil yang dimasak dengan khas bumbu bumbu Indonesia dan ditambah dengan sambal pedas khas Gokil menjadi Hidangan yang tambah Gokil, dari kami yang terbuat dari nasi dan daging sapi dengan resep yang rahasia, agar tetap menjaga nama dari asal Sego kikil kami mencoba untuk menambah variasi makanan di resto kami, agar seseorang yang datang tidak bosan atau jenuh dengan menambah makanan dan minuman yang membuat rasa dan ciri khas nya tetap terjaga, terlebih jika orang tua membawa anak kecil ke resto , tidak amat mungkin anak kecil suka dengan makana Nasi Kikil, maka kami mencoba menambah makanan dari segi daging, seperti Ayam bakar, Ayam goreng , Lidah Sapi sambal Balado, udang saus, Nasi Goreng, ada juga Minuman khas dari resto

Gokil adalah minuman boba, minuman ini sangat bervariasi rasa ada blueberry , vanilla, mocca, susu dan lain-lain.<sup>1</sup>

**b. Visi dan Misi Restoran**

Gokil Restaurant and d'brew coffe resto ini mempunyai visi dan misi supaya Restoran ini mempunyai Tujuan yang tepat. Visi dan misi Gokil restaurant and d'brew coffe sebagai berikut.

a) Visi:

Kami bertekad untuk Menjadi restoran yang berkualitas, Meningkatkan kepuasan Pelanggan dan mengembangkan Sumber daya Manusia di Kudus

b) Misi:

Kami adalah Restoran yang berkomitmen tinggi untuk melayani kebutuhan dari orang menengah rendah sampai menengah keatas, dengan berbagai makanan dan minuman yang bervariasi dan memiliki pelayanan yang sangat baik.

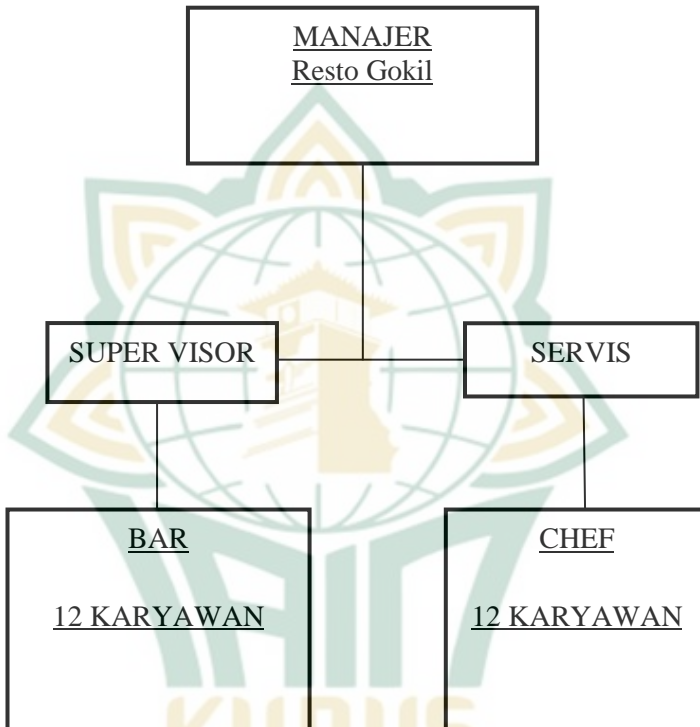
**c. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi Gokil Restaurant and d'brew Coffe adalah sebagai berikut :

---

<sup>1</sup> Wawancara, Andika Bayu, Manager Gokil Restaurant and d'brew coffe resto, pada tanggal 15 April 2021 pukul 16.00 WIB.

**Gambar 4.1**  
**Bagan organisasi Gokil Restaurant and d'brew Coffe**  
**Kudus**



**d. Gambaran Umum Responden**

Data-data yang diperoleh pada observasi ini melalui penyebaran angket, dan responden secara langsung. Sebelum dilakukan analisis, peneliti akan menjabarkan terkait data-data responden yang dijadikan sebagai sampel. Responden pada observasi ini sejumlah 50 orang. Hal tersebut dimaksudkan supaya peneliti mendapat gambaran yang jelas mengenai usia, pekerjaan, jenis kelamin, dan lamanya menjadi konsumen di *Gokil Restaurant and D'brew*

Coffe cabang Kudus. Berikut mengenai identitas responden, yaitu.

**1) Umur Responden**

**Tabel 4.1**

**Umur Responden**

No.	Umur	Responden	Presentase (%)
1	20 – 25	15	30%
2	26 – 31	10	20%
3	32 – 37	7	14%
4	38 – 43	8	16%
5	44 – 49	5	10%
6	50 – 55	5	10%
Total		50	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas bisa disimpulkan konsumen gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudus yang dijadikan sebagai reponden adalah usia 20-25 tahun dengan jumlah 15 orang (30% konsumen), usia antara 26-31 tahun dengan jumlah 10 orang (20% komsumen), usia antara 32-37 tahun dengan jumlah 7 orang (14% komsumen), umur antara 38-43 tahun dengan jumlah 8 orang (16% komsumen), usia antara 44-50 tahun dengan jumlah 5 orang (10% komsumen), usia antara 51-55 tahun dengan jumlah 5 orang (10% komsumen).

**2) Jenis Kelamin Responden**

**Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	19	38%
2	Perempuan	31	62%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 didapatkan informasi bahwa sebagian besar dari jenis kelamin konsumen gokil restaurant and d'brew coffe cabang kodus yang diambil sebagai responden dari 50 responden untuk jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 19 orang (38% konsumen) dan jenis kelamin perempuan dengan jumlah 31 orang (62% konsumen).

**3) Jenis Pekerjaan Responden**

**Tabel 4.3  
Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Pedagang	10	20%
2	Mahasiswa	25	50%
3	Karyawan Swasta	8	16%
4	Lainnya	7	14%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh informasi bahwa konsumen gokil restaurant and d'brew coffe cabang Kudus yang dijadikan sebagai responden, mayoritas mempunyai latar belakang pekerjaan sebagai mahasiswa dengan jumlah 25 (50% konsumen), yang memiliki latar belakang pekerjaan sebagai pedagang sebanyak 10 (20% konsumen), yang memiliki latar belakang bekerja sebagai karyawan swasta dengan jumlah 8 (16% konsumen), yang mempunyai latar belakang bekerja yang lainnya dengan total 7 (14% konsumen).

2. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Penggunaan uji validitas di maksudkan guna mengukur tepat atau tidaknya item pada kuisisioner. Uji validitas dikerjakan melalui perbandingan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) =  $n-2$ .<sup>2</sup>Pada masalah ini,banyaknya df bisa dihitung dengan  $50-2$  atau  $df= 48$  dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh  $r_{tabel}$  0,2787. Kalau  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka disangka valid,begitupun kebalikannya jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka disangka tidak valid. Berikut ini hasil pengujian validitas responden sebanyak 50 orang.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Responden**

Variable	Item	Correlation Item-Total Correlation ( $r_{hitung}$ )	r table	Keterangan
Keragaman produk (X1)	X1.1	0,565	0,2787	Valid
	X1.2	0,680	0,2787	Valid
	X1.3	0,702	0,2787	Valid
	X1.4	0,565	0,2787	Valid
	X1.5	0,352	0,2787	Valid
	X1.6	0,413	0,2787	Valid
	X1.7	0,506	0,2787	Valid
	X1.8	0,310	0,2787	Valid
	X1.9	0,370	0,2787	Valid
	X1.10	0,607	0,2787	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,650	0,2787	Valid
	X2.2	0,760	0,2787	Valid

<sup>2</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 52.

	X2.3	0,340	0,2787	<i>Valid</i>
	X2.4	0,674	0,2787	<i>Valid</i>
	X2.5	0,760	0,2787	<i>Valid</i>
	X2.6	0,397	0,2787	<i>Valid</i>
	X2.7	0,464	0,2787	<i>Valid</i>
	X2.8	0,657	0,2787	<i>Valid</i>
	X2.9	0,582	0,2787	<i>Valid</i>
	X2.10	0,484	0,2787	<i>Valid</i>
Kualitas pelayanan (X3)	X3.1	0,630	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.2	0,606	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.3	0,532	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.4	0,595	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.5	0,661	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.6	0,433	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.7	0,468	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.8	0,573	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.9	0,655	0,2787	<i>Valid</i>
	X3.10	0,625	0,2787	<i>Valid</i>
Minat beli (Y)	Y1.1	0,493	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.2	0,625	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.3	0,642	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.4	0,345	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.5	0,452	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.6	0,421	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.7	0,338	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.8	0,614	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.9	0,591	0,2787	<i>Valid</i>
	Y1.10	0,628	0,2787	<i>Valid</i>

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diperoleh informasi bahwa setiap item mempunyai r hitung dalam kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Pada masing-masing item mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2787) dan mempunyai nilai positif. Dengan demikian, tiap item dapat dianggap bahwa semua instrumen variabel adalah *valid*.

**2) Uji Reliabilitas**

Reliabilitas yakni instrument takar guna menakar suatu angket yang menjadi indikator dari variable atau yang membangun. Suatu kuesioner di katakan reliabel atau cakap apabila respon seorang pada pernyataan yakni tidak berubah-ubah atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam ukuran reabilitas bisa di lakukan dengan teknik *one shot* atau ukuran sekali. SPSS memberi fasilitas guna menakar reabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu yang membangun atau variable di katakan reliabel jika memberi nilai *Cronbach Alpha* > 0.70.<sup>3</sup>

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Reliability Coeffisiens	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keragaman Produk(X1)	10 item	0,819	Reliabel
Harga(X2)	10 item	0,861	Reliabel
Kualitas pelayanan(X3)	10 item	0,863	Reliabel
Minat beli(Y)	10 item	0,826	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diperoleh informasi bahwa setiap variabel mempunyai *Cronbach Alpha* > 0,70. Sehingga semua variabel dianggap reliabel.

**b. Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas**

Kegunaan dari uji normalitas data yaitu agar memahami apakah penyebaran

---

<sup>3</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang : Badan penerbit Universitas dDponegoro, 2013), 47-48.



sebuah bukti menirukan atau melekatı penyebaran normal, yaitu penyebaran bukti yang berwujud lonceng (*bell shaped*). Dikatakan penyebaran bukti yang bagus yaitu, jika data yang memiliki gambaran bagai penyebaran normal, yaitu penyebaran data tersebut tidak memiliki teleng kesebelah kiri atau ke sebelah kanan dan runcing kekiri atau ke kanan.

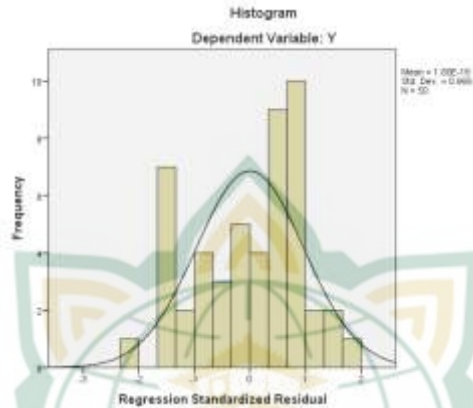
Dengan cara mengecek normal probality plotnya adalah untuk memahami normalitas residualnya. Selanjutnya cara banding anantara penyebaran bertumpuk dari penyebaran normal. Penyebaran normal akan berwujud satu garis lurus diagonal, dan *ploting residual*. Apabila garis yang menyeketsakan bukti itu sebenarnya mengikuti garis diagonalnya maka penebaran bukti residual itu normal, data residual akan di bandingkan pada garis diagonal.

Apabila data distribusi di sekeliling balur sangkar dan menuruti haluan balur sangkar atau diagram histogram nya memperlihatkan pola penebaran normal, bahwa tipe regresi mencukupi asumsi normalitas..<sup>4</sup>

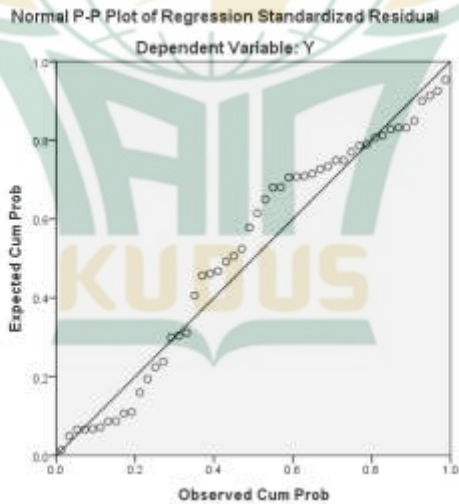
---

<sup>4</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 154-156.

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Histogram**



Sumber : *printout* SPSS



Sumber : *printout* SPSS

Berdasarkan gambar diatas, diperoleh informasi bahwa data mengikuti arah diagonal atau menyebar disekitar garis diagonal dan grafik histogramnya

menunjukkan pola penyebaran normal, sehingga model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji Multikolonieritas

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antar variable independen dan dependent, dan dengan memakai regresi, maka diperlukan uji multikolonieritas. Model regresi yang bagus tentunya tidak terjadinya hubungan diantara variable independen. Apabila variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel tersebut tidak menjadi variabel ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai hubungan antar sama variable independen sama dengan 0. Multikolonieritas bisa di lihat dari nilai tolerance dan tandingannya *variance inflation faktor* (VIF). Hasil perhitungan skor toleranse juga memperlihatkan tidak ada variable bebas yang mempunyai nilai tolerance  $< 0,10$  artinya berhubungan antar variable independen yang skornya  $> 95\%$ . Perolehan yang di dapat perhitungannya VIF juga memperlihatkan perihal yang sama nggak terdapat satu variable bebas yang mempunyai skor VIF  $> 10$ .<sup>5</sup>

Berdasarkan perhitungan SPSS, didapatkan hasil uji multikolonieritas, berikut.

---

<sup>5</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 103-105.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	Collinearity Statistics		Hasil
	Tolerance	VIF	
Keragaman Produk (X1)	0,718	1,393	Tidak terjadi Multikolonieritas
Harga (X2)	0,655	1,526	Tidak terjadi Multikolonieritas
Kualitas Pelayanan (X3)	0,538	1,858	Tidak terjadi Multikolonieritas

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS, 2021

Pada tabel 4.7 diperoleh informasi bahwa setiap variable bebas diperoleh nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Sehingga ditarik kesimpulan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variable bebas dalam model regresi.

**3) Uji Autokolerasi**

Untuk mengetahui adanya hubungan antara regresi linier dan kesalahan pengganggu pada periode tdengan kesalahan pengganggu dalam periode t-1 (sebelumnya) diperlukan uji autokorelasi<sup>6</sup>. Dalam mendeteksi ada ataupun tidaknya autokorelasi yakni dengan Uji Dubin-Watson (DW-Test).

Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi

---

<sup>6</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan progam IBM SPSS 25*, 111.

**Tabel 4.8**  
**Kriteria Autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak <i>No</i>	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>Desicison</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak <i>No</i>	$4 - dl < d < 4 - du$
Tidak ada korelasi negatif	<i>Desicison</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif.	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh hasil uji autokolerasi, berikut.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Autokolerasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.240 <sup>a</sup>	0.057	0.34	5.48027	2.344

Sumber : *Printout SPSS*

Dari tabel 4.9 dapat diperoleh informasi bahwa nilai D-W (d) = 2,344. untuk mengetes autokolerasi lalu angka DW diperbandingkan pada nilai dU dan dL pada tabel Durbin-Watson memakai nilai signifikansi 5%, banyaknya sampel (n) = 50 dan jumlah variabel independen 3 (k=3) korelasi.<sup>7</sup>Kemudian dari tabel

<sup>7</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan progam IBM SPSS 25*, 113.

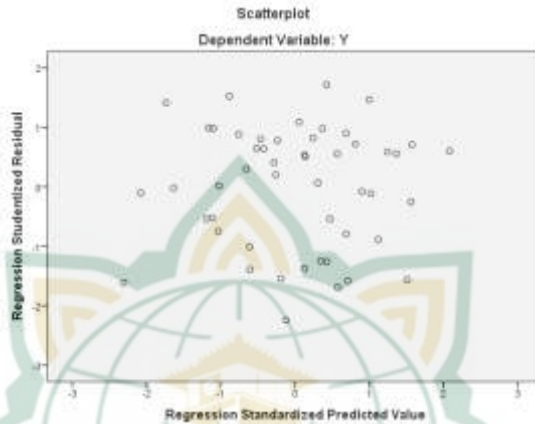
Durbin-Watson diperoleh nilai  $d_l = 1,4206$  dan nilai  $d_u = 1,6739$ . Sebab hasil ujiannya yakni  $d_u < d < (4-d_u)$  atau  $1,6739 < 2,334 < (4-1,6739) = 1,6739 < 2,344 < 2,3261$ . Sehingga bisa disimpulkan tidak ada autokorelasi dalam model regresi.

#### 4) Uji heteroskedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas memiliki tujuan guna menyelidiki bagaimana pada tipe regresi timbul perbedaan antara *varians* dari residwal observasi ke observasi lainnya. Apabila varians dari residual 1observasi ke observasi lain tidak berubah maka dikatakan homokedastisitas dan apabila tidak sama dikatakan hiterokedastisitas. Tipe regresi yang bagus yakni yang tidak hiterokedastisitas.

Bilamana atersedia skesta tertentu, contohnya *spot* yang terdapat berupa sketsa tersendiri nan tertata (menggelombang, melebar lalu, mengalami penyempitan), hingga mengidentifikasi sudah berlaku heterokedastisitas. Apabila tidak terdapat skesta dan tampak, beserta rintik-rintik distribusi diatas dan dibawah 0 pada pores Y, bahwa bukan timbul bia dilihat hasil ujinya sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Sumber : *Printout SPSS*

Pada grafik scatterplot dalam grafik di atas, memperlihatkan terdapat pola yang tidak begitu jelas. Dan terdapat titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 di sumbu Y. Sehingga dapat ditarik kesimpulan maka,tidak terbentuk heterokedastisitas dalam model regresi.

**c. Pengujian Hipotesis**

**1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda bertujuan guna memprediksi arah korelasi diantara variabel bebas dan variabel terikat, apakah setiap variabel bebas memiliki hubungan negatif ataupun positif.<sup>8</sup> Model analisis regresi linear berganda bertujuan guna memahami pengaruhnya keragaman produk harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Gokil

<sup>8</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 61.

Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus.

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh hasil analisis regresi berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil SPSS Regresi Linier Berganda**  
**Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28.165	7.565		3.723	0.001		
	X1	0.184	0.154	0.201	3.192	0.009	0.718	1.393
	X2	0.134	0.183	0.13	2.734	0.007	0.655	1.526
	X3	0.011	0.202	0.01	3.05	0.006	0.538	1.858

Sumber : *Printout* SPSS

Berdasarkan tabel 4.9, hasil SPSS didapatkan persamaan regresi pengaruh keragaman/bermacam prodak harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 28,165 + 0,184X_1 + 0,134X_2 + 0,010X_3 + e$$



Keterangan:

Y : minat beli

a : konstanta

$b_1$  : koefisien regresi keragaman produk dengan minat beli konsumen

$b_2$ : koefisien regresi harga dengan minat beli konsumen

$b_3$  : koefisien kualitas pelayanan dengan minat beli konsumen

$X_1$ : keragaman produk

$X_2$ : harga

$X_3$ : kualitas pelayanan

e : faktor *error* atau faktor lain diluar penelitian.<sup>9</sup>

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Skor sebanyak 28,165 adalah konstanta, artinya tidak terdapat pengaruh tiga variabel independent faktor lain, maka variabel minat beli (Y) memiliki konstanta 28,165.
2. Koefisien regresi pada keragaman produk ( $X_1$ ) 0,184 artinya setiap ada peningkatan keragaman produk satu-satuan akan meningkatkan minat beli (Y) 18,4%. Apabila variabel lain dikatakan sebagai konstanta atau tidak dipengaruhi oleh faktor lain. Koefisien mempunyai nilai positif yang artinya terdapat hubungan positif antara keragaman produk dengan minat beli. Jika keragaman produk naik, maka minat beli juga ikut meningkat.

---

<sup>9</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2015 , hlm. 160.

3. Koefisien regresi harga ( $X_2$ ) 0,134 yang berarti tiap terdapat penambahan harga sebesar satu-satuan akan menambahkan minat beli ( $Y$ ) 13.4%. bilamana variable lainnya disebut konstan atau tidak dipengaruhi faktor lainnya. Koefisien yang mempunyai nilai positif maksudnya ada hubungan positif antara harga dengan minat beli. Jika harga yang diberikan semakin naik, maka semakin meningkat pula minat beli.
  4. Koefisien regresi dalam kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sebanyak  $r$  0,010 berarti tiap ada peningkatan harga sejumlah satu-satuan akan meningkatkan minat beli ( $Y$ ) 1%. Jika variabel yang lain dikatakan konstan/tanpa terpengaruh aspek lainnya. Koefisien memiliki nilai positif artinya jika terdapat hubungan positif diantara kualitas pelayanan dengan minat beli. Jika naik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat pula minat beli.
2. **Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan supaya mengerti persentase sumbangan pengaruh variabel independent seperti harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk bersama-sama kepada variabel dependen (minat beli). Jika  $R^2$  hampir dekat dengan angka satu, maka bisa dianggap bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat makin besar. Hasil analisis menggunakan SPSS sebagai berikut.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.340	5.48027

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber : *Printout* SPSS di olah 2021

Pada tabel 4.11 menyatakan persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (minat beli) adalah 0,340%.Ketiga variasi variabel bebas yang digunakan dalam model (keragaman produk, harga serta kualitas pelayanan) dapat menjabarkan 34% variasi variabel terikat (minat beli). Sisanya 66% dipengaruhi oleh variabel yang lain dan tidak termasuk model penelitian ini.

### 3. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t bertujuan supaya menguji apakah pada model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Uji t dilaksanakan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel, sebagai berikut.

- a. Tingkat signifikansi menggunakan 0,05
- b. H0 diterima jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$
- c. H0 ditolak jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh hasil uji-t sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Parsial (t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28.165	7.565		3.723	0.001		
	X1	0.184	0.154	0.201	3.192	0.009	0.718	1.393
	X2	0.134	0.183	0.13	2.734	0.007	0.655	1.526
	X3	0.011	0.202	0.01	3.05	0.006	0.538	1.858

Sumber: *Printout SPSS di olah 2021*

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 3 = 0,01$  (uji 3 sisi) dengan derajat kebebasan  $df (n-k-1)$  atau  $50-3-1 = 46$ .<sup>10</sup> Dengan pengujian tersebut didapatkan hasil t tabel sebesar 2,410.

Dari tabel 4.13 dapat diketahui berikut.

- a. Pengaruh keragaman produk terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil uji t, pada variabel keragaman produk (X1) menyatakan t hitung sebesar 3,192 dengan t tabel 2,410 dan  $\rho$  value sebanyak 0,009 yang terletak di bawah 5% tingkat signifikan. Artinya nilai t hitung lebih banyak dari t tabel (3,192

---

<sup>10</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data SPSS*. 68-69.

> 2,410). Sehingga, keragaman produk adalah variabel bebas yang sangat berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

b. Pengaruh harga terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil uji t, pada variabel harga (X2) menyatakan t hitung sebesar 2,734 dengan t tabel 2,410 dan *p value* sebesar 0,007 yang terletak di bawah 5% tingkat signifikan. Artinya nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,734 > 2,410$ ). Sehingga, harga adalah variabel bebas yang sangat berpengaruh signifikan kepada minat beli.

c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil uji t, pada variabel kualitas pelayanan (X1) menyatakan t hitung sebesar 3,050 dan t tabel 2,410 serta *p value* sebesar 0,006 yang terletak di bawah 5% tingkat signifikan. Artinya, nilai t hitung lebih banyak dari t tabel ( $3,050 > 2,410$ ). Sehingga, kualitas pelayan adalah variabel bebas yang sangat berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

#### 4. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan supaya mengerti apakah variabel independent (X) bersama-sama berpengaruh secara signifikan kepada variabel dependen (Y). Uji F dilaksanakan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, dengan asumsi kesimpulan diambil dengan melihat  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan:

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh Hasil Uji F sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.087	3	28.029	9.933	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1381.53	46	30.033		
	Total	1465.62	49			

Sumber : *Printout* SPSS di olah 2021

Dari tabel 4.13 hasil SPSS di atas dapat diketahui bahwa besarnya  $F_{hitung}$  adalah sebesar 9,933 dengan nilai signifikan 0,000. Dengan penggunaan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$  df 1 (jumlah variabel -1) atau  $4-1 = 3$ , dan df2 (n-k-1) atau  $50-3-1 = 46$ .<sup>11</sup> Diperoleh hasil untuk F tabel sebesar 2,81

Hasil tersebut menandakan bahwa dengan nilai F tabel 2,81 serta tingkat signifikan 0,000. Karena nilai F hitung > F tabel ( $9,933 > 2,81$ ) maka  $H_0$  ditolak dan menunjukkan bahwa ada pengaruh. Demikian dapat disimpulkan kalau keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

<sup>11</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data SPSS*, 67.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh keragaman produk terhadap minat beli konsumen pada gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudas.

Keragaman produk disebuah restoran adalah macam- macam produk dalam artian kelengkapan menu mulai dari rasa, ukuran porsi penyajian dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat direstoran.<sup>12</sup>Berdasarkan hasil uji t yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) menyatakan t hitung sebanyak 3,192 dengan t tabel 2,410 dan  $\rho$  value sebanyak 0,009 yang terletak di bawah 5% tingkat signifikansi. Artinya, nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $3,192 > 2,410$ ). Sehingga, ragam produk berpengaruh signifikan kepada minat beli konsumen di Gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudas.

Variabel bebas keragaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudas dengan koefisien regresi sebesar 0,184. Artinya tiap terjadi peningkatan keragaman produk sebesar 1 satuan dapat menaikkan minat beli (Y) sebesar 18,4%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara Keragaman produk dengan minat beli. Semakin naik keragaman produk yang diberikan, semakin meningkat pula minat beli konsumen pada gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudas.

---

<sup>12</sup> Uswatun Hasanah Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Waroeng “SS” (Spesial Sambel) Surabaya, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, “Vol 3 No.2, 2015, 3

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Pada setiap produk makanan, keragaman produk sangat penting karena memiliki hubungan yang ketat dengan pemasaran. Keberagaman produk pada produk makanan dapat meningkatkan minat beli pada konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Muhammad Toriq Nurdiansyah, Mahasiswa UIN SUNAN KALIJAGA Yogyakarta dengan judul “Pengaruh Keberagaman Produk dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Pembelian Konsumen (*Studi Di Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta*)<sup>13</sup>. Menghasilkan kesimpulan yaitu keragaman produk berpengaruh signifikan pada minat beli konsumen. Keragaman produk ini dirasa merupakan faktor yang utama meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, keragaman produk merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen di Gokil restaurant and d’brew coffe cabang kudas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 dalam penelitian ini diterima.

## **2. Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada gokil restaurant and d’brew coffe cabang kudas**

Nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan pembeli

---

<sup>13</sup> Muhammad Toriq Nurdiansyah mahasiswa UIN SUNAN KALIJAGA Yogyakarta dengan judul “Pengaruh Keberagaman Probuk Dan Etika Bisnis Islam terhadap Minat Pembelian Konsumen (*Studi Di Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta*).2015



disebut harga.<sup>14</sup>Harga merupakan ukuran tiap konsumen ketika ia mendapatkan kesulitan untuk menilai mutu produk yang kompleks dan ditawarkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Jika jasa atau barang yang diinginkan konsumen merupakan barang mutu yang baik, maka harga tersebut mahal. Sebaliknya, bila yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas standar atau tidak terlalu baik, maka harganya juga tidak terlalu mahal.

Dari hasil uji t pada variabel harga terhadap minat beli konsumen menyatakan t hitung sebanyak 2,734 dengan t tabel 2,410 dan *p value* sebesar 0,007 yang berada di bawah 5% tingkat signifikan. Artinya, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,734 > 2,410$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (terdapat pengaruh signifikan). Sehingga, harga merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada *gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudus*.

Variabel bebas, harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudus* dengan koefisien regresi sebanyak 0,134. Berarti, tiap variabel naik harga satu satuan, maka minat beli konsumen akan meningkat atau naik sebesar 0,134. Koefisien memiliki nilai positif yaitu terjadi hubungan positif antara harga dengan minat beli konsumen. Makin terjangkau harga yang diberikan, maka semakin meningkat pula minat beli konsumen pada *gokil restaurant and d'brew coffe cabang Kudus*. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh

---

<sup>14</sup>Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta, PT. Reality Publisher 2008), 450

Heru Santoso dan Yoyok Soesatyo yang mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.<sup>15</sup> Harga ini dirasa merupakan faktor yang utama meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, kualitas produk merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen di gokil restaurant and d'brew coffe cabang Kudus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 dalam penelitian ini diterima.

### 3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudus.

Kualitas pelayanan pada jasa tertentu bukan sesuatu yang mudah dijelaskan, karena hal tersebut sangat berkaitan dengan pola pikir pembeli. Dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan karakteristik jasa, yang ditentukan oleh pengguna dan didapat melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.<sup>16</sup> Kualitas pelayanan adalah segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, dengan adanya kualitas pelayanan, pengguna bisa lebih bertahan dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X1) menyatakan t hitung sebesar 3,050 dengan t tabel 2,410 dan p value sebanyak

---

<sup>15</sup> Heru Santoso dan Yoyok Soesatyo, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli NOKIA lumia 520 DI Surabaya, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2, (2014): 570.

<sup>16</sup> Rizqi Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, *Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, *Jurnal Muqtasid* 3, no. 2 (2012): 284.

0,006 yang terletak di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $3,050 > 2,410$ ). Sehingga, kualitas pelayanan adalah variabel bebas yang sangat berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas mempunyai dampak signifikan dan positif terhadap minat beli konsumen pada gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudas dengan koefisien regresi sebesar 0,010. Berarti setiap terjadi peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan, akan menaikkan minat beli konsumen (Y) sebanyak 1%. Koefisien memiliki nilai positif yaitu terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan minat beli konsumen. Semakin naik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin meningkat pula minat beli konsumen pada gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Abdul Waritz mahasiswa IAIN Walisongo Semarang dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syari'ah terhadap Minat Konsumen Hotel Syari'ah (Study Kasus pada Hotel Graha Agung Semarang)"<sup>17</sup>. Dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

---

<sup>17</sup> Abdul Waritz "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syari'ah terhadap Minat Konsumen Hotel Syari'ah (Study Kasus pada Hotel Graha Agung Semarang)" 2009

**4. Pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada gokil restaurant and d'brew coffe cabang kudus.**

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.<sup>18</sup> Dari hasil uji F hitung didapatkan bahwa terdapat pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah F hitung lebih besar dari F tabel ( $9,933 > 2,81$ ) dengan signifikan  $0,000$ . signifikan lebih kecil dari  $0,05$  dan F hitung lebih besar dari F tabel ( $9,933 > 2,81$ ) maka, model regresi bisa digunakan untuk memprediksi keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen” dapat diterima.

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas (keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (minat beli konsumen) dapat dilihat melalui nilai *adjusted R square* yaitu sebesar  $0,340$  artinya variabel independen yang terdiri dari keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan memberi sumbangan sebesar  $34,0\%$  terhadap minat beli konsumen di gokil restaurant and d'brew coffe cabang Kudus. Sedangkan sisanya,  $66\%$  dari  $100\% - 34,0\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang

---

<sup>18</sup> Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*, 77

belum diteliti oleh peneliti, misalnya mengenai kualitas produk, lokasi, dan lain sebagainya.

Penelitian lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Arif Adi Satria yang mengatakan bahwa keragaman produk harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli konsumen.<sup>19</sup> Dari hasil penelitian tersebut pengaruh harga dan keragaman produk serta kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada goki restaurant and d'brewcoffe cabang Kudus.



---

<sup>19</sup>Arief Adi Satria, Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli pada Perusahaan A-36, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Star-up Bisnis*, Vol. 2, No. 1 (2017): 52.