

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN LOMBOK IDJO MADIUN

Bayu Rizky Harmawan ¹⁾, Rizal Ula Ananta Fauzi ²⁾, Hendra Setiawan ³⁾

¹ Universitas PGRI Madiun

Bayurizkyh01@gmail.com

² Universitas PGRI Madiun

rizalmanajemen@gmail.com

³ Universitas PGRI Madiun

Hendrasetiawan0208@gmail.com

ABSTRACT

The many culinary choices that have sprung up cannot be separated from the tastes of various people. The level of competition in the culinary field today in the city of Madiun is getting tougher, because every producer is always trying to be able to increase market share and reach new consumers. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price and product quality on purchasing decisions at Lombok Idjo Madiun Restaurant. The method in this research is a quantitative method. The sampling technique uses a simple random sampling method. Methods of data collection using a questionnaire. While the data analysis using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: 1) There is an influence of service quality on purchasing decisions at the Lombok Idjo Madiun Restaurant, so the first hypothesis is accepted. 2) There is a price effect on purchasing decisions at the Lombok Idjo Madiun Restaurant, so the second hypothesis is accepted. 3) There is an influence of product quality on purchasing decisions at the Lombok Idjo Madiun Restaurant, so the third hypothesis is accepted. 4) There is an influence of service quality, price, and product quality on purchasing decisions at the Lombok Idjo Madiun Restaurant, so the fourth hypothesis is accepted.

Keywords: Service Quality, Price, Product Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Banyaknya pilihan kuliner yang bermunculan tidak lepas dari selera masyarakat yang beragam. Tingkat persaingan dibidang kuliner saat ini di kota Madiun semakin ketat, karena setiap produsen senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, pengaruh harga dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sedangkan analisis data menggunakan Analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun, sehingga hipotesis pertama diterima. 2) Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun, sehingga hipotesis kedua diterima. 3) Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun, sehingga hipotesis ketiga diterima. 4) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun, sehingga hipotesis keempat diterima.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2010). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan kafe tenda. Bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan café, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

Menurut Swastha dan Irawan (2013) keputusan pembelian berkaitan dengan pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

Adapun indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini yaitu kemantapan konsumen untuk membeli setelah mengetahui informasi produk yang terdapat pada Restoran Lombok Idjo Madiun. Konsumen memutuskan membeli karena produk yang paling disukai, konsumen membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, dan konsumen membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain tentang Restoran Lombok Idjo Madiun. Oleh karena itulah para pemilik bisnis kuliner tersebut sangat memperhatikan jumlah pembeli. Hal ini dikarenakan perkembangan suatu usaha pada bisnis kuliner tergantung pada jumlah pembeli begitu halnya pada Restoran Lombok Idjo Madiun. Fokus dalam penelitian ini yaitu pada Restoran Lombok Idjo Madiun yang berlokasi di Jl. Kalimantan No.36, Kartoharjo, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63117. Restoran Lombok Idjo Madiun merupakan salah satu rumah makan bernuansa Jawa dengan interior modern, menyajikan aneka menu ayam goreng yang segar yang ada di Madiun.

Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh konsumen. Ekspektasi konsumen berperan penting sebagai standard pembandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Konsumen akan mengevaluasi kualitas pelayanan yang diperoleh berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam pikiran mereka. Konsumen akan berpindah ke perusahaan lain yang lebih mampu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen secara spesifik dan optimal. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin baik penilaian yang diberikan oleh konsumen.

Kotler dan Amstrong (2011) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai

kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa produk yang dijual pada Restoran Lombok Idjo Madiun memiliki kualitas yang baik serta bervariasi. Dimana kualitas produk sangat mempengaruhi minat beli pada Restoran Lombok Idjo Madiun. Berdasarkan informasi dari pemilik Restoran Lombok Idjo Madiun menjelaskan bahwa 1) bahan-bahan yang digunakan untuk membuat makanan dan minuman yang dijual pada Restoran Lombok Idjo Madiun menggunakan kualitas yang terbaik. 2) rasa makanan dan minuman yang dijual pada Restoran Lombok Idjo Madiun sesuai dengan kualitas, 3) makanan dan minuman yang dijual pada Restoran Lombok Idjo Madiun memiliki daya tahan yang cukup lama, 4) dan juga makanan dan minuman yang dijual pada Restoran Lombok Idjo Madiun beranekaragam.

Menurut Kotler (2010) menjelaskan bahwa dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan yaitu dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Lombok Idjo Madiun”.

TINJAUAN PUSTAKA

RESTORAN

Pengertian Restoran

Subakti (2014) menyatakan bahwa restoran adalah salah satu sarana untuk melaksanakan *food service industry* atau melalui bagian dari akomodasi pariwisata yang berperan memenuhi kebutuhan wisatawan atau *customer*. Restoran adalah sebuah tempat yang memberikan layanan dalam produk makanan, artinya sebuah tempat dikategorikan sebagai restoran ketika tempat tersebut terdapat proses penyediaan menu makanan, juga layanan yang merupakan bagian bagi pengunjung atau konsumen yang datang.

Pengertian mengenai restoran yang juga dinyatakan oleh Gustafsson et al., (2006), restoran dinyatakan sebagai tempat interaksi sosial dan kultural, di mana pengunjung memiliki keinginan untuk memuaskan kebutuhan makanan maupun minuman. Pendapat ini menekankan bahwa restoran secara fungsional adalah penyediaan makanan dan minuman untuk pengunjung, dan di luar itu juga diposisikan sebagai tempat untuk interaksi sosial dan kultural yang terjadi antar pengunjung dalam penyajian makanan dalam sebuah restoran.

Tipe Restoran

Tipe restoran yang telah dijelaskan oleh Kurian dan Muzumdar (2017) yang mengelompokkan restoran menjadi tiga kelompok, yaitu: *fast food*, *casual dining*, dan *fine dining*.

Perilaku Konsumen

Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2013), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Engel et al (Sangadji dan Sopiah, 2013), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan. Menurut Mowen dan Minor (Sangadji dan Sopiah, 2013), perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa dan ide.

Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2010) Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam. Berikut penjelasan tentang beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu: Faktor Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian.

Keputusan Pembelian

Pengertian Keputusan Pembelian

Proses keputusan pembelian tidak hanya untuk melihat beberapa faktor yang dapat memicu pelanggan. Namun, sesuai fungsi dalam melakukan pembelian atas produk untuk mencukupi kebutuhan dan apa yang diinginkan pembeli. Proses keputusan pembelian merupakan pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2011), pembelian merek yang paling diminati dari berbagai pilihan yang tersedia dapat dikatakan keputusan pembelian, tetapi ada dua faktor untuk terjadinya pembelian dapat berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Tahap-Tahap Keputusan Pembelian

Konsumen pada umumnya memiliki sumber daya yang terbatas sehingga mereka tidak dapat membeli semua kebutuhan yang mereka inginkan. Konsumen harus membuat keputusan apa yang dibeli dan sebagai proses yang terjadi pada seseorang dalam menentukan dan menetapkan sesuatu dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal untuk melakukan suatu

pembelian.

Kualitas Pelayanan

Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang ditujukan untuk memberikan kepuasan pada pihak tertentu. Menurut Lupiyoadi (2013) pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Menurut Kotler & Keller (2013) pelayanan mempunyai empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi pemasaran, karakteristik jasa tersebut yaitu: tidak berwujud artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibau sebelum jasa itu dibeli.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah penyedia pelayanan untuk selalu memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Kualitas merupakan istilah yang memiliki makna yang berbeda setiap orang. Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh konsumen.

Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Unsur-unsur kualitas pelayanan yang dikutip dalam Aldiani (2018) antara lain adalah penampilan, tempat waktu dan janji, kesediaan melayani, pengetahuan dan keahlian, kesopanan dan keramah tamah, kejujuran dan kepercayaan, kepastian hukum, keterbukaan, efisien, biaya, tidak rasial, dan kesederhanaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. menurut Sugiyono (2017) mengenai metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antar satu variabel dengan variabel lain. Sedangkan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017a). Lokasi dalam penelitian ini yaitu pada Restoran Lombok Idjo Madiun yang berlokasi di Jl. Kalimantan No. 36, Kartoharjo, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63117. Waktu penelitian ini adalah lamanya pelaksanaan kegiatan penelitian yang dilakukan mulai dari pemilihan judul, pengajuan proposal penelitian, pengambilan data di lapangan sampai

dengan penyusunan laporan. Penelitian akan dilaksanakan selama kurang lebih 6 bulan, dimulai pada bulan April sampai bulan September 2022.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Restoran Lombok Idjo Madiun

Restoran Lombok Idjo Madiun yang berlokasi di Jl. Kalimantan No.36, Kartoharjo, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63117. Restoran Lombok Idjo Madiun merupakan salah satu rumah makan bernuansa Jawa dengan interior modern, menyajikan aneka menu ayam goreng yang segaryang ada di Madiun. Lokasi Restoran Lombok Idjo Madiun sangat nyaman danaman, karena lokasinya yang luas dengan interior yang menarik.

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 384 responden yaitu pengunjung Restoran Lombok Idjo Madiun. Gambaran umum responden dalam penelitian ini yaitu meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan tingkat pendapatan.

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan angket yang telah disebar kepada responden bahwa pengklasifikasian responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	Perempuan	231	60,16%
2.	Laki-Laki	153	39,84%
Jumlah		384	100 %

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 384 pengunjung Restoran Lombok Idjo Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan yaitu sebanyak 231 responden atau sebesar 60,16% dan untuk responden laki-laki sebanyak 153 responden atau sebesar 39,84%.

b. Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan angket yang telah disebar kepada responden bahwa pengklasifikasian responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 20 Tahun	55	14,33%
2.	20 – 40 Tahun	201	52,34%
3.	> 40 Tahun	128	33,33%

Jumlah	384	100 %
--------	-----	-------

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 384 pengunjung Restoran Lombok Idjo Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 20 – 40 tahun sebanyak 201 responden atau sebesar 52,34%. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa pengunjung Restoran Lombok Idjo Madiun.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan angket yang telah disebar kepada responden bahwa pengklasifikasian responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SMA/SMK	120	31,25%
2.	Diploma	93	24,22%
3.	Sarjana	171	44,53%
Jumlah		384	100 %

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 384 pengunjung Restoran Lombok Idjo Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki pendidikan terakhir yaitu Sarjana sebanyak 171 responden atau sebesar 44,53%. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa pengunjung Restoran Lombok Idjo Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan yang cukup baik.

d. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Berdasarkan angket yang telah disebar kepada responden bahwa pengklasifikasian responden berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 2 Juta	51	13,28%
2.	2 – 4 Juta	95	24,74%
3.	5 – 10 Juta	181	47,14%
4.	> 10 Juta	57	14,84%
Jumlah		384	100 %

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 384 pengunjung Restoran Lombok Idjo Madiun yang menjadi responden

dalam penelitian ini mayoritas memiliki pendapatan sebesar 5 – 10 juta yaitu sebanyak 181 responden atau sebesar 14,84%. Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah pendapatan responden dalam penelitian ini cukup baik/tinggi.

Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Statistik deskriptif berkaitan dengan penerapan metode statistik untuk mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data kuantitatif secara deskriptif. Hasil analisis deskriptif dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Data

Statistics

	Kualitas Pelayanan	Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
N	384	384	384	384
Valid	384	384	384	384
Missing	0	0	0	0
Mean	41,3177	32,7448	66,0781	32,8099
Median	41,0000	32,0000	65,0000	32,0000
Std. Deviation	3,65526	4,09068	6,29925	2,89824
Minimum	28,00	18,00	44,00	20,00
Maximum	50,00	40,00	79,00	40,00

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil deskripsi data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa untuk nilai mean paling tinggi yaitu pada variabel kualitas produk sebesar 66,0781. Untuk nilai median paling tinggi yaitu pada variabel kualitas produk sebesar 65,0000. Untuk nilai standar deviasi paling tinggi yaitu pada variabel kualitas produk sebesar 6,29925. Untuk nilai maksimum yang paling tinggi terletak pada variabel kualitas produk yaitu sebesar 79,00 dan untuk nilai minimum yaitu terletak pada variabel harga yaitu sebesar 18,00.

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas Penelitian

Hasil uji validitas terhadap data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
		R hitung > R tabel		
1.	X _{1.1}	0,505	0,098	Valid

2.	X _{1.2}	0,585	0,098	Valid
3.	X _{1.3}	0,680	0,098	Valid
4.	X _{1.4}	0,685	0,098	Valid
5.	X _{1.5}	0,625	0,098	Valid
6.	X _{1.6}	0,652	0,098	Valid
7.	X _{1.7}	0,664	0,098	Valid
8.	X _{1.8}	0,589	0,098	Valid
9.	X _{1.9}	0,556	0,098	Valid
10.	X _{1.10}	0,626	0,098	Valid

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil validitas pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua pengujian terhadap soal pada variabel X1 yaitu variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa seluruh data yaitu sebanyak 10 soal angket adalah valid. Hal tersebut memenuhi persyaratan yaitu memiliki nilai r hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05, dengan demikian semua butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat digunakan dan dapat dipercaya sebagai data penelitian ini. *Uji Reliabilitas Penelitian*

Hasil uji reliabilitas terhadap data penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,740	,740	10

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, suatu instrumen atau angket dari variabel kualitas pelayanan (X1) terbukti reliabel, dikarenakan nilai *cronbach alpha* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,740 $>$ 0,70 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini membuktikan hasil penelitian cukup dapat dipercaya dan sesuai dengan kenyataannya. Untuk hasil uji reliabilitas pada variabel harga (X2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,880	,880	8

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, suatu instrumen atau angket

dari variabel harga (X2) terbukti reliabel, dikarenakan nilai *cronbach alpha* variabel harga sebesar $0,880 > 0,70$ yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini membuktikan hasil penelitian cukup dapat dipercaya dan sesuai dengan kenyataannya. Untuk hasil uji reliabilitas pada variabel kualitas produk (X3) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X3)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,873	,875	16

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, suatu instrumen atau angket dari variabel kualitas produk (X3) terbukti reliabel, dikarenakan nilai *cronbach alpha* variabel kualitas produk sebesar $0,873 > 0,70$ yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini membuktikan hasil penelitian cukup dapat dipercaya dan sesuai dengan kenyataannya. Untuk hasil uji reliabilitas pada variabel keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,750	,751	8

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, suatu instrumen atau angket dari variabel keputusan pembelian (Y) terbukti reliabel, dikarenakan nilai *cronbach alpha* variabel keputusan pembelian sebesar $0,750 > 0,70$ yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini membuktikan hasil penelitian cukup dapat dipercaya dan sesuai dengan kenyataannya.

Uji Asumsi Klasik

Agar model dapat dianalisis dan memberikan hasil yang representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.14 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
N		384	384	384	384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41,3177	32,7448	66,0781	32,8099
	Std. Deviation	3,65526	4,09068	6,29925	2,89824
Most Extreme Differences	Absolute	,113	,106	,114	,105
	Positive	,113	,100	,114	,106
	Negative	-,112	-,106	-,105	-,105
Test Statistic		,113	,106	,114	,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082 ^c	,098 ^c	,081 ^c	,100 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, dapat diketahui dari keempat variabel yang meliputi kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 sehingga keempat variabel berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,366	2,729
Harga	,243	4,111
Kualitas Produk	,168	5,937

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Berdasarkan hasil analisis multikolinieritas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa dari ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk memiliki hasil *Tolerance Value* (TV) > 0,01 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas dari ketiga variabel tersebut.

c. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil analisis uji heterokedastisitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,857	,865		,991	,092
Kualitas Pelayanan	,059	,033	,123	1,801	,011
Harga	,037	,036	,054	1,031	,089
Kualitas Produk	,046	,028	,096	1,652	,021

a. Dependent Variable: ABS RES_

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Berdasarkan hasil analisis heterokedastisitas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi ke 3 variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk memiliki nilai absolut residualnya lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Adapun nilai Durbin Watson yang diperoleh dari analisa ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji Autokorelasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,931 ^a	,867	,865	1,43317	2,104

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Durbin Watson (DW) adalah 2,104, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai signifikan 5% jumlah sampel 384 dan jumlah variabel independen 3, sehingga nilai DU sebesar 1,704 (Sumber nilai DU ada di Durbin Watson). Jadi nilai DW 2,104 lebih besar dari batas atas (DU) yakni 1,704 dan kurang dari (4-du) $4 - 1,704 = 2,296$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat outokorelasi.

Koefisien Determinasi (R²)

Untuk nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.18 Tabel Koefisien Determinasi Berganda
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,931 ^a	,867	,865	1,43317	2,104

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas yaitu dari hasil SPSS 25.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa nilai Rsquare mendekati 1 yaitu 0,867, berarti ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji t dan uji F. Adapun hasil uji t dan uji F dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji t

Untuk hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,229	,865		6,045	,000
Kualitas Pelayanan	,256	,033	,322	7,720	,000
Harga	,163	,036	,231	4,501	,000
Kualitas Produk	,177	,028	,384	6,236	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis data table di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pada variabel kualitas pelayanan (X_1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,720 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun (Y).

b. Uji F

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diketahui nilai F_{hitung} sebagai berikut:

**Tabel 4.20 Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	2436,609	3	812,203	195,429	,000 ^b
	Residual	780,513	380	2,054		
	Total	3217,122	383			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 195,429 > F_{tabel} = 2,696$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di bab 4 mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Restoran Lombok Idjo Madiun, sehingga hipotesis kedua diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain:

1. Bagi pihak Restoran Lombok Idjo Madiun
Hendaknya terus meningkatkan pelayanan yang diberikan terutama meningkatkan jumlah karyawan dan kemampuan karyawan agar pengunjung tidak harus antri ketika menunggu pesanan.
2. Bagi peneliti lain, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti: promosi, lokasi, pengalaman, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Gustafsson, I., Öström, Å., Johansson, J., & Mossberg, L. (2006). The Five Aspects Meal Model: a tool for developing meal services in restaurants. *Journal of Foodservice*, 17, 84–93.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-4506.2006.00023.x>
- Kotler, P., & Keller, K. . (2013). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, p., dan Amstrong, G. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi keti). Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT Pabelan.
- Kurian, George., dan Muzumdar, P. . (2017). Restaurant Formality And Customer Service Dimensions In The Restaurant Industry : An Empirical Study Restaurant Formality and Customer Service Dimensions in the Restaurant Industry : An Empirical Study. *Atlantic Marketing Journal*, 6(1), 75–92.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Jasa Kompetensi*. Salemba Empat.
- Sangadji, E.M., dan S. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis, Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Subakti, A. G. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan di Restoran Saung Mirah, Bogor. *Binus Business Review*, 5(1), 49–56.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21512/bbr.v5i1.1195>
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2020). *Statistik Untuk Penelitin*. BPFEE.
- wastha, B., dan H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFEE.
- Swastha, & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2016). *Startegi Pemasaran* (Edisi 2). Andi.