

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisi Data

Penelitian yang dilakukan dengan mencapai tujuan untuk mendapatkan tentang informasi data dari 120 orang responden yang merupakan konsumen Rumah Makan Tanjung Baru yang telah melakukan pembelian. Data diperoleh melalui kuesioner *online* yang disebarakan melalui *link Google Form*, sehingga memungkinkan untuk mendapatkan informasi langsung dari responden yang relevan dengan obyek penelitian. Dalam penelitian ini, skala Likert dipergunakan untuk memberikan nilai atau skor yang sesuai dengan yang ditentukan. Skala Likert adalah metode pengukuran yang diterapkan kedalam penelitian ini untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu topik. Skala ini biasanya terdiri dari bentuk pernyataan atau pertanyaan yang diberi opsi jawaban berupa deretan tanggapan yang terstruktur, seperti "Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju" atau skala serupa.

4.1.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, fokus ditujukan pada konsumen Rumah Makan Tanjung Baru yang telah melakukan pembelian dan memiliki usia minimal 17 tahun. Kuesioner yang disebarakan kepada 120 responden terkait dengan topik dan judul penelitian yaitu "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Tanjung Baru di Tangerang Selatan".

1. Usia

Karakteristik usia responden terbagi menjadi empat yaitu (<18 Tahun), (19-24tahun), (25-29 tahun). Berikut hasil data yang didapatkan berdasarkan kategori usia.

Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	<18 Tahun	10	8%
2	19 Tahun – 24 Tahun	79	66%
3	25 Tahun – 29 Tahun	25	21%
4	>30 Tahun	6	5%
Jumlah		120	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada data diatas yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan kategori usia <18 Tahun memiliki angka presentase sebesar 8%, sedangkan usia 19-24 tahun sebesar 66%, usia 25-29 tahun sebesar 21% dan usia >30 Tahun sebesar 5%.

2. Jenis Kelamin

- Karakteristik jenis kelamin responden terbagi menjadi dua kategori yaitu Laki-Laki ataupun Perempuan. Berikut hasil data yang didapatkan berdasarkan kategori jenis kelamin responden.

Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki – Laki	49	41%
2	Perempuan	71	59%
Jumlah		120	100%%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.2 data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden di dominasi oleh perempuan sebanyak 59%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 41%.

3. Pekerjaan

Karakteristik Pekerjaan Responden terbagi menjadi empat kategori Pelajar, Mahasiswa, Pegawai Swasta, Pegawai Negeri Sipil dan pekerjaan Lainnya.

Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pelajar	1	1%
2	Mahasiswa	50	42%
3	Pegawai Swasta	47	39%
4	Pegawai Negeri Sipil	10	8%
5	Lainnya	12	10%
Jumlah		120	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas 4.3 menunjukkan bahwa hasil responden dari jenis pekerjaan responden pekerjaan pelajar dengan nilai presentase 1%. Responden pekerjaan Mahasiswa dengan nilai presentase 42%. Responden pekerjaan Pegawai swasta dengan nilai presentase 39%. Responden pekerjaan Pegawai Negeri Sipil dengan nilai 8%. Responden pekerjaan lainnta dengan nilai 10%.

4. Penghasilan

Karakteristik Penghasilan Responden terbagi menjadi empat <Rp1.000.000, >Rp1.000.000 – Rp3.000.000, >Rp4.000.000 - Rp7.000.000 dan >Rp8.000.000.

Tabel 4.4 Karakteristik Penghasilan Respoden

No	Penghasilan	Frekuensi	Presentase (%)
1	<Rp1.000.000	26	22%
2	>Rp1.000.000 – Rp3.000.000	54	45%
3	>Rp4.000.000 - Rp7.000.000	36	30%
4	>Rp8.000.000	4	3%
Jumlah		120	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden berpenghasilan dengan <Rp.1.000.000 sebesar 22%, berpenghasilan >Rp1.000.000 – Rp3.000.000 sebesar 45%, berpenghasilan >Rp4.000.000 - Rp7.000.000 sebesar 30% dan yang berpenghasilan >Rp8.000.000 sebesar 3%.

4.1.2 Statistik Deskriptif

Peneliti menggunakan statistik deskriptif sebagai cara mempersiapkan data dengan akurat serta memberikan gambaran data yang detail dan mudah dibaca. Statistik Deskriptif memberikan data evaluasi responden terhadap Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).

1. Nilai dari rata-rata seluruh responden disebut mean
2. Penyimpangan nilai jawaban responden disebut standar deviasi. Dimana nilai standar deviasi mendekati nol maka jawaban responden tidak berubah, begitupun sebaliknya.
3. Nilai terendah skala likert tanggapan dari responden terhadap kuesioner adalah 1 (Sangat Tidak Setuju).
4. Nilai tertinggi skala likert tanggapan responden terhadap kuesioner adalah 5 (Sangat Setuju).

4.1.2.1 Uji Deskriptif Kualitas Produk

Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	120	1	5	4.19	.802
X1.2	120	1	5	4.41	.874
X1.3	120	1	5	4.30	.763
X1.4	120	1	5	4.50	.850
Valid N (listwise)	120				

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.5 hasil statistik deskriptif, bahwa rata-rata nilai dari variabel Kualitas Produk (X1) terbesar adalah 4.50. Jadi, kemungkinan bahwa mayoritas responden yang menjawab memiliki kecenderungan setuju terhadap (X1.4) “Rumah Makan Tanjung baru memiliki produk yang terjamin dengan rasa yang diinginkan”.

4.1.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	120	1	5	4.12	.724

X2.2	120	1	5	4.27	.837
X2.3	120	2	5	4.27	.775
X2.4	120	1	5	4.30	.774
Valid N (listwise)	120				

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.6 hasil statistik deskriptif, bahwa rata-rata nilai dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) terbesar adalah 4.30. Jadi, kemungkinan bahwa mayoritas responden yang menjawab memiliki kecenderungan setuju terhadap (X2.4) “Rumah Makan Tanjung baru memiliki pegawai yang mempunyai empati baik terhadap pelayanan yang baik kepada konsumen”.

4.1.2.3 Uji Statistik Deskriptif Harga

Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Harga

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	120	2	5	4.23	.704
X3.2	120	1	5	4.35	.806
X3.3	120	1	5	4.27	.847
X3.4	120	1	5	4.29	.844
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan Pada tabel 4.7. menunjukkan bahwa hasil statistik deskriptif, bahwa rata-rata nilai dari variabel Harga (X3) terbesar adalah 4.35. Jadi, kemungkinan bahwa mayoritas responden yang menjawab memiliki kecenderungan setuju terhadap (X3.2) “Harga Rumah Makan Tanjung Baru telah sesuai dengan kualitas produk yang ada”.

4.1.2.4 Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian

Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	120	1	5	4.28	.801
Y2	120	1	5	4.45	.878
Y3	120	1	5	4.27	.817
Y4	120	1	5	4.39	.938
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.8 hasil statistic deskriptif, bahwa rata-rata nilai dari variabel Keputusan Pembelian (Y) terbesar adalah 4.45. Jadi, kemungkinan bahwa mayoritas responden yang menjawab memiliki kecenderungan setuju terhadap (Y.2) “Saya memutuskan membeli produk Rumah Makan Tanjung Baru sesuai dengan informasi yang telah didapat”.

4.2 Uji Validitas

Uji validitas dilihat dengan menggunakan tabel r atau biasa disebut dengan r tabel. Instrumen penelitian dapat dinyatakan valid yaitu jika r hitung > dari nilai r tabel, dengan sebaliknya jika r hitung < dari nilai r tabel maka instrumen atau item pernyataan dianggap tidak valid. Dimana r tabel yang digunakan kedalam uji coba ini ditemukan dengan menggunakan suatu rumus $df = (N-2)$, dan taraf signifikansinya adalah 5%. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software* dari SPSS, bertujuan untuk memastikan item pernyataan valid dan tidak perlu dilakukan pengujian ulang. Nilai r tabel dalam uji validitas yaitu dengan nilai r tabel (0,160) yang didapat yaitu berdasarkan $df = (120 - 2)$ yaitu 118 responden, pada tabel distribusi r tabel dengan signifikansi 5% maka didapat nilai r tabel sebesar 0,160 dari 148 responden.

4.2.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Kode Pernyataan	Person Correlation	R tabel	Keterangan
X1.1	0.858	0.160	Valid
X1.2	0.828	0.160	Valid
X1.3	0.801	0.160	Valid
X1.4	0.850	0.160	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa data hasil uji validitas variabel Kualitas Produk (X1) yang menyatakan bahwa R hitung > 0.1603. Hasil uji yang diperoleh dikatakan bahwa keseluruhan item variabel Kualitas Produk (X1) dapat dinyatakan valid.

4.2.2 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Kode Pernyataan	Person Correlation	R tabel	Keterangan
X2.1	0.830	0.160	Valid
X2.2	0.830	0.160	Valid
X2.3	0.809	0.160	Valid
X2.4	0.836	0.160	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.10 menunjukkan data hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X2) yang menyatakan bahwa R hitung > 0.1603. Hasil uji yang diperoleh dikatakan bahwa keseluruhan item variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dinyatakan valid.

4.2.3 Uji Validitas Variabel Harga

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Kode Pernyataan	Person Correlation	R tabel	Keterangan
X3.1	0.770	0.179	Valid
X3.2	0.817	0.179	Valid
X3.3	0.771	0.179	Valid
X3.4	0.880	0.179	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.11 menunjukkan data hasil uji validitas variabel Harga (X3) yang menyatakan bahwa R hitung > 0.1793. Hasil uji yang diperoleh dikatakan bahwa keseluruhan item variabel Harga (X3) dapat dinyatakan valid.

4.2.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Kode Pernyataan	Person Correlation	R tabel	Keterangan
Y.1	0.820	0.179	Valid
Y.2	0.866	0.179	Valid
Y.3	0.793	0.179	Valid
Y.4	0.863	0.179	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada perhitungan tabel 4.12 menunjukkan data hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) yang menyatakan bahwa R hitung > 0.1603 . Hasil uji yang diperoleh dikatakan bahwa keseluruhan item variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dinyatakan valid.

4.3 Uji Reliabilitas

4.3.1 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	4

Sumber : Data Olahan Peneliti

Berdasarkan pada hasil tabel 4.13 yaitu uji reliabilitas bahwa pernyataan variabel Kualitas Produk (X1), penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,853 > 0,60$. Disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	4

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada hasil tabel 4.14 yaitu uji reliabilitas bahwa pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X2), penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,844 > 0,60$. Disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

4.3.3 Uji Reliabilitas Variabel Harga

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	4

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada hasil tabel 4.15 yaitu uji reliabilitas bahwa pernyataan variabel Harga (X3), penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,824 > 0,60$. Disimpulkan bahwa variabel Harga (X3) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

4.3.4 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada hasil tabel 4.16 yaitu uji reliabilitas bahwa pernyataan variabel Keputusan Pembelian (Y), penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,856 > 0,60$. Disimpulkan bahwa variabel

Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian

4.4 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik digunakan untuk menentukan apakah sebuah sampel data atau variabel tertentu berasal yang dari distribusi normal ataupun mendekati normal. Metode Sampel Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk menguji normalitas data dengan memiliki nilai signifikan diatas 0,05 maka data dapat dikatakan normal. Jika terjadi sebaliknya hasil dari Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka dapat dikatakan tidak normal. uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Kolmogorov-smirnov dengan pendekatan monte carlo dihasilkan nilai signifikansi sebesar $0.144 > 0.05$ lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi secara normal.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		120	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.10473724	
Most Extreme Differences	Absolute	.103	
	Positive	.079	
	Negative	-.103	
Test Statistic		.103	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.147 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.135
		Upper Bound	.156

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.17 hasil dari uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan pendekatan rumus monte carlo yaitu dengan hasil $0,144 > 0,05$ lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data uji normalitas terhadap penelitian ini berdistribusi secara normalitas.

4.5 Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas sebagai berikut :

4.5.1 Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk memeriksa apakah model regresi menunjukkan bahwa ada korelasi antara variabel bebas. Multikolinearitas terjadi ketika ada hubungan linier yang signifikan antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Dasar pengambilan keputusan dari Uji multikolinearitas adalah jika memiliki nilai tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ dapat dikatakan dalam data tersebut terdapat multikolinearitas.

Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	190	5.264	Tidak Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	340	2.940	Tidak Multikolinearitas
Harga	190	5.276	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.18 variabel Kualitas Produk (X1) menunjukkan nilai toleransi sebesar $0.190 > 0.10$, Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan nilai toleransi sebesar $0.340 > 0.10$, dan Harga (X3) menunjukkan nilai toleransi sebesar $0,190 > 0.10$ dan nilai VIF dari Kualitas Produk (X1)

sebesar $5.264 < 10$, nilai VIF dari Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $2.940 < 10$ dan nilai VIF dari Harga (X3) sebesar sebesar $5.276 < 10$. Oleh karena itu ketiga variabel yang digunakan terhadap penelitian ini dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinieritas.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.19 Hasil Uji Heterokedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.284	.035		8.190	.000
	TOTAL_X1	-.004	.004	-.179	-.992	.323
	TOTAL_X2	-.003	.003	-.131	-.969	.335
	TOTAL_X3	-.006	.004	-.255	-1.412	.161

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.19 hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan Uji Glesjer menunjukkan hasil dari nilai signifikansi (Sig.) pada variabel Kualitas Produk (X1) yaitu 0.323. Pada Kualitas Pelayanan (X2) yaitu 0.335 dan variabel Harga (X3) yaitu 0.161. Ketiga variabel independent tersebut memiliki nilai signifikansi lebih dari $> 0,05$

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.710	.724		-.982	.328
	TOTAL_X1	.520	.086	.497	6.069	.000
	TOTAL_X2	.233	.068	.209	3.411	.001
	TOTAL_X3	.297	.091	.268	3.275	.001

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Dari hasil regresi linear berganda didapat persamaan variabel-variabel yang mempengaruhi yaitu sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$
$$Y = -.710 + 0,520 X_1 + 0,233 X_2 + 0,297 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Harga

e = Standar Error

Penjelasan dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Constanta (α) dengan nilai $-.710$ yang memiliki arti bahwa variabel Kualitas Produk (X1), variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan variabel Harga (X3) secara bersama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nilai 0 (nol) maka dapat disimpulkan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar $-.710$.
2. Koefisien regresi dari variabel Kualitas Produk (X1) dengan nilai 0.520 yang dapat diartikan mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang mempunyai arti variabel Kualitas Produk (X1) bertambah 1 (satu) satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar $0,520$ dengan berasumsi variabel lain tetap atau konstan.
3. Koefisien regresi dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan nilai 0.233 yang dapat diartikan mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang mempunyai arti variabel Kualitas Pelayanan (X2) bertambah 1 (satu) satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar $0,233$ dengan berasumsi variabel lain tetap atau konstan.

4. Koefisien regresi dari variabel Harga (X3) dengan nilai 0,297 yang dapat diartikan mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang mempunyai arti variabel Harga (X3) bertambah 1 (satu) satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,297 dengan berasumsi variabel lain tetap atau konstan.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Koefisien Determinasi

Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	.852	.848	1.119

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Hasil perhitungan model *summary* di atas memiliki koefisien determinasi sebesar 0,638 atau 63,8%. Hal ini berarti keputusan pembelian akan dipengaruhi Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) sebesar 85.2%. Adapun sisa 14.8% dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian ini.

4.7.2 Uji Parsial t

Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.710	.724		-.982	.328
	TOTAL_X1	.520	.086	.497	6.069	.000
	TOTAL_X2	.233	.068	.209	3.411	.001
	TOTAL_X3	.297	.091	.268	3.275	.001

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.22 hasil uji hipotesis f, dapat disimpulkan bahwa:

a. Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kualitas Produk (X1) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.069 > 1.980$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian hipotesis pada variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 52.0%.

b. Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kualitas Pelayanan (X2) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.411 > 1.980$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian hipotesis pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 23.3%.

c. Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Harga (X3) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.275 > 1.980$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian hipotesis pada variabel Harga (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 29.7%.

4.7.3 Uji f (Simultan)

Uji f kedalam penelitian bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dalam penelitian ini F tabel yang digunakan adalah (2.68) dengan tingkat signifikan $0.000 < \alpha 0.05$ (5%)

Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	837.359	3	279.120	222.938	.000 ^b
	Residual	145.233	116	1.252		
	Total	982.592	119			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

Pada penelitian ini, nilai f_{tabel} diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$f_{tabel} = F(k; n-k)$$

Keterangan:

k = jumlah variabel X

n = jumlah sampel

Maka diperoleh

$f_{\text{tabel}} = F(3; 118)$

Pada tabel 4.23 menunjukkan distribusi nilai f_{tabel} bahwa angka 3; 118 pada nilai signifikansi 0.05 ialah 2.68. Pada penelitian ini nilai f_{tabel} yaitu 2.68. Berdasarkan pada tabel di atas, terdapat bahwa $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ yaitu dengan nilai $222.938 > 2.68$. Disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) secara bersama – sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.8 Pembahasan

Dalam penelitian ini, data yang digunakan ialah data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi objek penelitian. Validitas jawaban dari responden dapat ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Dalam hal ini, kriteria yang harus dipenuhi oleh responden ialah berdomisili di Tangerang Selatan, minimal pernah melakukan satu kali pembelian produk dari Rumah Makan Tanjung baru. Hal ini diperlukan agar responden memiliki pengalaman terhadap produk tersebut dan dapat memberikan tanggapan yang relevan.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rumah Makan Tanjung Baru (Studi Kasus Pada Rumah Makan Tanjung Baru di Tangerang Selatan). Bertujuan untuk menentukan hasil dari variabel yang digunakan kedalam penelitian ini. Hasil dari uji analisis seluruh variabel yang dipergunakan akan dijelaskan dibawah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Tanjung Baru di Kota Tangerang Selatan

Berdasarkan pada hasil uji variabel, disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari pengujian terdapat pada tabel 4.22, besaran pengaruh kualitas produk (X1) memiliki $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $6.069 > 1.980$ dan nilai signifikansi sebesar 0.000

< 0.05 . Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh (Afwan & Santosa, 2019) yang menunjukkan hasil bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Tanjung Baru di Kota Tangerang Selatan

Berdasarkan pada hasil uji variabel, disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Variabel Kualitas Pelayan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari pengujian terdapat pada tabel 4.22, besaran pengaruh kualitas pelayanan (X2) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.411 > 1.980$ dan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh (Abadi & Herwin, 2019) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Tanjung Baru di Kota Tangerang Selatan

Berdasarkan pada hasil uji variabel, disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Variabel Harga (X3) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari pengujian terdapat pada tabel 4.22, besaran pengaruh Harga (X3) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.275 > 1.980$ dan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh (Anindya, 2020) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.