

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskriptif Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dari kuesioner yang sudah dibuat dan disebar sebanyak 132 responden yang pernah membeli Roji Ramen di Bintaro Tangerang Selatan, didapatkan karakteristik sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin responden dibagi dalam 2 kategori yaitu Laki-laki dan Perempuan. Berikut adalah hasil data responden berdasarkan karakteristik jenis kelamin :

Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Presentase
1	Laki-Laki	55	41,7%
2	Perempuan	77	58,3%
Total		132	100%

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan berjumlah 77 responden dengan presentase 58,3%, sedangkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 55 responden dengan presentase 41,7. Perbedaan dari jumlah responden tersebut dapat dikatakan bahwa rata-rata paling dominan konsumen yang membeli Roji Ramen Bintaro Tangerang Selatan adalah perempuan.

2. Domisili

Karakteristik domisili atau wilayah responden dibagi dalam 6 kategori yaitu Ciputat, Ciputat Timur, Pamulang, Pondok Aren, Serpong, Serpong Utara. Berikut adalah hasil data responden berdasarkan karakteristik domisili :

Tabel 4.2 *Data Domisili Responden*

No	Domisili	Responden	Presentase
1	Ciputat	20	15,2%
2	Ciputat Timur	7	5,3%
3	Pamulang	21	15,9%
4	Pondok Aren	67	50,8%
5	Serpong	15	11,4%
6	Serpong Utara	2	1,5%
Total		132	100%

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Tabel 4.2 diatas menunjukkan data dari karakteristik responden sebanyak 132. Data responden tersebut mencerminkan domisili daerah Ciputat sebanyak 20 responden dengan persentase 15,2%, domisili Ciputat Timur sebanyak 7 responden dengan persentase 5,3%, domisili Pamulang sebanyak 21 responden dengan persentase 15,9%, domisili Pondok Aren sebanyak 67 responden dengan persentase 50,8%, domisili Serpong sebanyak 15 responden dengan persentase 11,4%, dan domisili Serpong Utara sebanyak 2 responden dengan persentase 1,5%. Perbedaan dari jumlah responden tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang dapat disebut konsumen yang membeli Roji Ramen di Bintaro Tangerang Selatan berdomisili di Pondok Aren. Hal ini berarti yang paling dominan adalah konsumen yang berdomisili Pondok Aren sebanyak 67 responden dengan persentase 50,8%.

3. Umur

Karakteristik umur dibagi dalam 3 (tiga) kategori, diantaranya: a). 19 – 23, b).Tahun, 24 – 28 Tahun, dan c). 29 – 33 Tahun. Berikut hasil data berdasarkan karakteristik umur :

Tabel 4.3 *Umur Responden*

No	Umur	Responden	Presentase
1	19 – 23 Tahun	123	90,9%
2	24 – 28 Tahun	10	7,6%
3	29 – 33 Tahun	2	1,5%
Total		132	100%

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan nilai rata-rata umur dari data sebanyak 132 responden, yaitu umur 19 – 23 Tahun memiliki 123 responden dengan

persentase 90,9%, sementara umur 24 – 28 Tahun sebanyak 10 responden dengan persentase 7,6%, dan umur 29 – 33 Tahun sebanyak jumlah 2 responden dengan persentase 1,5%. Hal ini berarti paling dominan adalah konsumen yang membeli pada Roji Ramen di Bintaro Tangerang Selatan berusia di 19 – 23 Tahun.

4. Status Pekerjaan

Karakteristik status pekerjaan responden dibagi dalam 5 (lima) kategori, yaitu a). Freelancer, b). Mahasiswa, c). Pegawai Negeri, d). Pegawai Swasta dan e). Wirausaha. Berikut adalah hasil data responden berdasarkan karakteristik status pekerjaan :

Tabel 4.4 Status Pekerjaan Responden

No	Status Pekerjaan	Responden	Presentase
1	Freelancer	13	9,8%
2	Mahasiswa	77	58,3%
3	Pegawai Negeri	5	3,8%
4	Pegawai Swasta	29	22,0%
5	Wirausaha	8	6,1%
Total		132	100%

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.4, menunjukkan sebanyak 132 data responden memiliki karakteristik dari status pekerjaan, yaitu sebanyak 13 responden dan persentase 9,8% sebagai Freelancer, 77 responden dan persentase 58,3% sebagai Mahasiswa, 5 responden dan persentase 3,8% sebagai Pegawai Negeri, 29 responden dan persentase 22,0% sebagai Pegawai Swasta serta 8 responden dan persentase 6,1% sebagai wirausaha. Hal ini berarti dapat dikatakan lebih banyak status pekerjaan, paling dominan konsumen yang membeli Roji Ramen di Bintaro Tangerang Selatan adalah Mahasiswa dan Pegawai swasta.

5. Penghasilan

Karakteristik status pekerjaan responden dibagi dalam 6 (enam) kategori diantaranya a). kurang dari Rp. 1.000.000, b). Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000, c). Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000, d). Rp. 5.000.000 - Rp. 7.000.000, e). Rp. 7.000.000 - Rp. 10.000.000, dan penghasilan f). Lebih dari Rp. 10.000.000. Berikut adalah hasil data responden berdasarkan karakteristik penghasilan :

Tabel 4.5 *Penghasilan Responden*

No	Penghasilan	Responden	Presentase
1	Kurang dari Rp. 1.000.000	36	27,3%
2	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	40	30,3%
3	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	34	25,8%
4	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.000.000	13	9,8%
5	Rp. 7.000.000 - Rp. 10.000.000	7	5,3%
6	Lebih dari Rp. 10.000.000	2	1,5%
Total		132	100%

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.5, menunjukkan sebanyak 132 responden, yaitu dengan 36 responden dengan persentase 27,3% kurang dari Rp. 1.000.000, sebanyak 40 responden dengan persentase 30,3% Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000, sebanyak 34 responden dengan persentase 25,8% Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000, sebanyak 13 responden dengan persentase 9,8% Rp. 5.000.000 - Rp. 7.000.000, sebanyak 7 responden dengan persentase 5,3% Rp. 7.000.000 - Rp. 10.000.000, dan sebanyak 2 responden dengan persentase 1,5% yang penghasilan Lebih dari Rp. 10.000.000. Hal ini berarti dapat dikatakan bahwa paling dominan rata-rata memiliki penghasilan/bulan dari para responden yang memiliki penghasilan Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000/bulan.

4.1.2 **Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang detail dan terperinci mengenai karakteristik atau sifat-sifat dari variabel yang diamati dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggambarkan penilaian responden terhadap variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Jumlah responden dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 132, berikut penjelasan statistik deskriptif :

1. Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.6 *Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	132	3	5	4.11	0.645
KP2	132	2	5	4.27	0.711
KP3	132	2	5	4.37	0.647
KP4	132	1	5	4.01	0.815

KP5	132	2	5	4.23	0.686
KP6	132	3	5	4.34	0.616
KP7	132	2	5	4.23	0.697
KP8	132	3	5	4.31	0.554
KP9	132	3	5	4.45	0.584
KP10	132	3	5	4.36	0.667
KP11	132	2	5	4.33	0.695
KP12	132	2	5	4.17	0.753
Valid N (listwise)	132				

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan Tabel 4.6, menunjukkan nilai minimum yang ada pada indikator variabel Kualitas Produk yaitu 1, artinya indikator Kualitas Produk memiliki jawaban “Sangat Tidak Setuju” dan nilai maksimum pada instrumen variabel Kualitas Produk yaitu 5, artinya “Sangat Setuju”. Sementara nilai rata (mean) terendah pada instrumen KP4 dengan nilai 4.01, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan tidak setuju bahwa produk Roji Ramen ini tidak mengalami kerusakan saat melakukan pembelian untuk di take away dan nilai rata (mean) tertinggi berada pada indikator KP9 dengan nilai 4.45, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan setuju bahwa para responden tidak mengalami masalah pada saat mengkonsumsi produk Roji Ramen. Nilai standar deviasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki standar deviasi jauh dari angka 0 (nol). Artinya setiap item pernyataan memiliki jawaban yang bervariasi/beragam.

2. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KN1	132	2	5	4.27	0.666
KN2	132	1	5	4.30	0.741
KN3	132	2	5	4.32	0.680
KN4	132	2	5	4.21	0.710
KN5	132	2	5	4.35	0.630
KN6	132	3	5	4.31	0.632
KN7	132	3	5	4.30	0.651
KN8	132	3	5	4.28	0.657
KN9	132	3	5	4.36	0.655

KN10	132	3	5	4.41	0.605
Valid N (listwise)	132				

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan Tabel 4.7, menunjukkan nilai minimum yang ada pada indikator variabel Kualitas Pelayanan, yaitu 1, berarti indikator Kualitas Pelayanan memiliki jawaban “Sangat Tidak Setuju” dan nilai maksimum yang ada pada instrumen variabel Kualitas Pelayanan yaitu 5, artinya “Sangat Setuju”. Sementara nilai rata-rata (mean) terendah pada instrumen KN4 dengan nilai 4.21, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan tidak setuju bahwa konsumen merasa Roji Ramen merespons pertanyaan atau keluhan konsumen dengan cepat dan nilai rata (mean) tertinggi berada pada indikator KN10 dengan nilai 4.41, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan setuju bahwa penampilan bangunan, perabotan, dan perlengkapan yang lengkap, sangat memengaruhi persepsi responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Roji Ramen. Nilai standar deviasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki standar deviasi jauh dari angka 0 (nol). Artinya setiap item pernyataan memiliki jawaban yang bervariasi/beragam.

3. Variabel Harga

Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
H1	132	1	5	4.02	0.878
H2	132	3	5	4.25	0.670
H3	132	2	5	4.33	0.626
H4	132	2	5	4.24	0.678
H5	132	1	5	3.97	0.837
H6	132	1	5	4.02	1.007
H7	132	2	5	4.28	0.680
H8	132	1	5	4.27	0.770
H9	132	1	5	4.25	0.692
H10	132	1	5	4.24	0.743
Valid N (listwise)	132				

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan Tabel 4.8, menunjukkan nilai minimum yang ada pada indikator variabel Harga, yaitu 1, berarti indikator Harga memiliki jawaban “Sangat Tidak Setuju” dan nilai maximum yang ada pada instrumen variabel Harga yaitu 5, artinya “Sangat Setuju”. Sementara nilai rata-rata (mean) terendah pada instrumen H5 dengan nilai 3.97, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan tidak setuju bahwa konsumen memilih Roji Ramen dengan harga lebih rendah dengan pesaingnya yang memiliki kualitas yang sama dengan produk yang lebih mahal dan nilai rata-rata (mean) tertinggi berada pada indikator H3 dengan nilai 4.33, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan setuju bahwa harga Roji Ramen mencerminkan kualitas yang ditawarkan. Nilai standar deviasi menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki standar deviasi jauh dari angka 0 (nol). Artinya setiap item pernyataan memiliki jawaban yang bervariasi/beragam.

4. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KB1	132	2	5	4.30	.709
KB2	132	2	5	4.19	.722
KB3	132	1	5	4.02	.865
KB4	132	2	5	4.05	.785
KB5	132	1	5	4.15	.929
KB6	132	3	5	4.24	.655
KB7	132	1	5	3.69	1.042
KB8	132	1	5	3.73	1.099
KB9	132	1	5	4.22	.868
KB10	132	1	5	4.19	.892
KB11	132	1	5	4.17	.958
KB12	132	2	5	4.32	.702
Valid N (listwise)	132				

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.9, menunjukkan nilai minimum pada indikator variabel Keputusan Pembelian yaitu 1, artinya indikator Keputusan Pembelian memiliki jawaban “Sangat Tidak Setuju” dan nilai maksimum yang ada pada instrumen variabel Keputusan Pembelian yaitu 5, artinya “Sangat Setuju”. Sementara nilai

rata-rata (mean) terendah pada instrumen KB7 dengan nilai 3.69, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan tidak setuju bahwa Setiap beberapa bulan sekali konsumen selalu membeli produk Roji Ramen karena sesuai dengan selera dan nilai rata (mean) tertinggi berada pada indikator KB12 dengan nilai 4.32, yang menjelaskan bahwa responden secara keseluruhan setuju bahwa mereka lebih suka melakukan pembayaran melalui transfer bank atau aplikasi pembayaran digital karena dianggap lebih praktis dan efisien. Nilai standar deviasi menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembeli memiliki standar deviasi jauh dari angka 0 (nol). Artinya setiap item pernyataan memiliki jawaban yang bervariasi/beragam.

4.1.3 Hasil Uji Validitas

Pengujian dilakukan agar instrument yang digunakan layak untuk dipakai sesuai dengan standar pengukuran. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument penelitian ini layak atau dianggap valid. Data penelitian yang diolah sejumlah 132 responden. $N = 132$, $df = n-2$ ($132-2$), sehingga nilai r tabel dan taraf nyata 0.05, dengan $df = 130$ adalah 0.1710.

1. Uji Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
KP1	0.664	0.1710	Valid
KP2	0.634	0.1710	Valid
KP3	0.605	0.1710	Valid
KP4	0.571	0.1710	Valid
KP5	0.694	0.1710	Valid
KP6	0.640	0.1710	Valid
KP7	0.581	0.1710	Valid
KP8	0.642	0.1710	Valid
KP9	0.597	0.1710	Valid
KP10	0.676	0.1710	Valid

KP11	0.665	0.1710	Valid
KP12	0.586	0.1710	Valid

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan sebanyak 12 item pernyataan variabel Kualitas Produk memperoleh nilai r hitung yang lebih besar > 0.1710 , yang diperoleh dari r tabel. Hal ini dapat dikatakan bahwa semua item yang digunakan pada variabel Kualitas Produk dinyatakan valid (akurat).

2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
KN1	0.686	0.1710	Valid
KN2	0.714	0.1710	Valid
KN3	0.777	0.1710	Valid
KN4	0.777	0.1710	Valid
KN5	0.737	0.1710	Valid
KN6	0.696	0.1710	Valid
KN7	0.736	0.1710	Valid
KN8	0.711	0.1710	Valid
KN9	0.664	0.1710	Valid
KN10	0.581	0.1710	Valid

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.11, menunjukkan sebanyak 10 item pada variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai r hitung yang lebih besar > 0.1710 , yang diperoleh dari r tabel. Hal ini dapat dikatakan bahwa semua item yang digunakan pada variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid (akurat).

3. Uji Validitas Harga

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Harga

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
H1	0.594	0.1710	Valid
H2	0.578	0.1710	Valid
H3	0.612	0.1710	Valid
H4	0.690	0.1710	Valid
H5	0.710	0.1710	Valid
H6	0.610	0.1710	Valid
H7	0.680	0.1710	Valid
H8	0.567	0.1710	Valid
H9	0.665	0.1710	Valid
H10	0.651	0.1710	Valid

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan sebanyak 10 item pada variabel Harga memperoleh nilai r hitung yang lebih besar > 0.1710 yang diperoleh dari r tabel. Hal ini dapat dikatakan bahwa semua item yang digunakan pada variabel Harga dinyatakan valid (akurat).

4. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
KB1	0.478	0.1710	Valid
KB2	0.497	0.1710	Valid
KB3	0.663	0.1710	Valid
KB4	0.637	0.1710	Valid
KB5	0.671	0.1710	Valid

KB6	0.628	0.1710	Valid
KB7	0.716	0.1710	Valid
KB8	0.737	0.1710	Valid
KB9	0.718	0.1710	Valid
KB10	0.770	0.1710	Valid
KB11	0.537	0.1710	Valid
KB12	0.532	0.1710	Valid

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan sebanyak 12 item pada variabel Keputusan Pembelian memperoleh nilai r hitung yang lebih besar > 0.1710 , yang diperoleh dari r tabel. Hal ini dapat dikatakan bahwa semua item yang digunakan pada variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid (akurat).

4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Data akan dianggap reliabel atau sesuai jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 . Sebaliknya, jika data akan dianggap tidak reliabel atau tidak sesuai jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0.70 . Berikut hasil uji reliabilitas variabel penelitian.

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.858	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.890	Reliabel
Harga (X3)	0.829	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.864	Reliabel

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.14, menunjukkan seluruh variabel yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keputusan Pembelian memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.70. Hal ini dapat dikatakan item pernyataan yang termasuk dalam semua variabel dianggap reliabel (konsisten).

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *KolmogorovSmirnov* dengan metode *Monte Carlo*. Nilai dalam pengujian normalitas untuk mengetahui apakah data dianggap terdistribusi dengan normal atau tidak. Data akan dianggap terdistribusi normal apabila nilai probabilitas memiliki nilai lebih besar dari 0.05. Sebaliknya, data akan dianggap tidak terdistribusi normal apabila nilai probabilitas memiliki nilai kurang dari 0.05.

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual	
N		132	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	4.37130744	
Most Extreme Differences	Absolute	.112	
	Positive	.082	
	Negative	-.112	
Test Statistic		.112	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.066 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.060
		Upper Bound	.072

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan 4.15, menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.066 lebih besar dari 0.05. Hal ini dapat dikatakan data residual telah berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Spearman's rho* melalui perhitungan software SPSS. Data akan dianggap tidak terkena heterokedastisitas apabila nilai signifikansi two-tailed lebih besar dari 0.05. Sebaliknya, data akan dianggap terkena heterokedastisitas apabila nilai signifikansi two-tailed lebih kecil dari 0.05.

Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas

Spearman's rho	Variabel	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
	X1	0.974	Tidak Tekena Heterokedastisitas
	X2	0.862	Tidak Tekena Heterokedastisitas
	X3	0.710	Tidak Tekena Heterokedastisitas

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.16, menunjukkan uji heterokedastisitas dari 3 (tiga) variabel bebas ini mendapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Variabel Kualitas Produk sebesar $0.974 > 0.05$, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk tidak terkena masalah heterokedastisitas. Variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0.862 > 0.05$, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak terkena masalah heterokedastisitas. Variabel Harga sebesar $0.710 > 0.05$, maka dapat dinyatakan bahwa harga tidak terkena masalah heterokedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu regresi apakah didalamnya terdapat korelasi yang terjadi antara variabel. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Data dianggap tidak terkena multikolinearitas apabila nilai VIF kurang dari 10 (Nilai VIF < 10) atau nilai Tolerance lebih dari 0.1 (Nilai Tolerance > 0.1). Sebaliknya, data akan dianggap terkena multikolinearitas apabila nilai VIF lebih dari 10 (Nilai VIF > 10) atau nilai Tolerance kurang dari 0.1 (Nilai Tolerance < 0.1).

Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	.346	2.889
Kualitas Pelayanan	.360	2.775
Harga	.548	1.824

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.17, menunjukan 3 (tiga) variabel bebas tersebut memperoleh nilai VIF kurang dari 10. Selanjutnya ketiga variabel bebas tersebut

juga memperoleh nilai *Tolerance* lebih besar dari 0.10. Hal ini dapat dikatakan data penelitian ini tidak terkena gejala multikolinieritas.

4.1.6 Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut merupakan hasil pengolahan data korelasi :

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.746 ^a	.556	.545

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.18, menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.545, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) secara bersama sama memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 54,5%, sedangkan sisanya 45,5% dipengaruhi oleh variabel diluar dari penelitian ini.

2. Uji F (Anova)

Uji F digunakan untuk menentukan seberapa baik fungsi tersebut mengestimasi nilai sebenarnya. Uji F merupakan hipotesis dalam penelitian yang melibatkan analisis regresi linier berganda. Statistik F berguna menentukan setidaknya satu independen variabel serentak mempunyai pengaruh signifikan terhadap dependen variabel. Proses F test melibatkan perbandingan F hitung dengan nilai F tabel pada tingkat sig. $\alpha = 0,05$. Berdasarkan tingkat sig. , hipotesis diterima atau ditolak dengan ketentuan: significance test < 0.05 , maka H0 ditolak, dan > 0.05 , maka H0 diterima. Berikut hasil uji F (Anova) :

Tabel 4.19 Hasil Uji F (Anova)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3132.529	3	1044.176	53.394	.000 ^b
	Residual	2503.191	128	19.556		
	Total	5635.720	131			
a. Dependent Variable: Total KB						
b. Predictors: (Constant), Total H, Total KN, Total KP						

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.19, menunjukkan nilai F hitung sebesar 53.394 lebih besar dari F Tabel sebesar 3,07 dan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Hal ini berarti variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga model penelitian ini layak digunakan untuk memprediksi tingkat Keputusan pembelian.

3. Uji t

Uji t yaitu bertujuan untuk menguji sejauh mana perubahan suatu variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel bebas secara individual. Hipotesis dalam Uji-t. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $p\text{-value} < \alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, (2) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $p\text{-value} > \alpha = 0.05$, maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen . Berikut merupakan hasil uji t:

Tabel 4.20 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.333	4.107		-.081	.936
	Total_KP	.146	.130	.113	1.128	.261
	Total_KN	.394	.137	.282	2.877	.005
	Total_H	.600	.108	.440	5.536	.000

a. Dependent Variable: Total KB

Sumber: *Data Diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.20, maka nilai t menunjukkan sebagai berikut:

- Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki t hitung sebesar $1.128 < 1.9785$ dan nilai signifikansi sebesar $0.261 > 0.05$. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk memiliki nilai positif sebesar 0.146. Variabel Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki t hitung sebesar $2.877 > 1.9785$ dan nilai signifikansi sebesar $0.005 < 0.05$. Nilai koefisien regresi untuk variabel

Kualitas Pelayanan memiliki nilai positif sebesar 0.394. Hal ini menunjukkan Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 39,4%, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan.

- c) Variabel Harga (X3) memiliki t hitung sebesar $5.536 > 1.9785$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga memiliki nilai positif sebesar 0.600. Hal ini menunjukkan Harga mengalami kenaikan 1%, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 60%, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan.

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan pada data penelitian, ditemukan bahwa Kualitas Produk (X1) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Roji Ramen Di Bintaro Tangerang Selatan. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian Rachmawati et al., (2020); Darmawan et al., (2020); Maiza et al., (2022); Nadiya & Wahyuningsih, (2020) yang mengatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena perkembangan industri ramen di Tangerang Selatan, terlihat memang Roji Ramen menempati urutan ke-6 dari 8 restoran ramen yang terdaftar di daerah Bintaro. Data ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk dinilai tinggi oleh konsumen seperti pada pra-survey, persaingan yang ketat dan peringkat yang lebih rendah dibandingkan pesaing seperti RamenYA! (4.80) dan Kataramen (4.51) mungkin menunjukkan bahwa kualitas produk Roji Ramen masih kalah dari pesaing. Peringkat yang lebih rendah ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor termasuk persepsi kualitas yang lebih rendah dibandingkan pesaing, kurangnya inovasi produk, atau efektivitas promosi dan branding yang lebih rendah.

Temuan bahwa kualitas produk Roji Ramen tidak signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian juga sejalan dengan penelitian terkait makanan atau minuman yaitu oleh Widyasari et al., (2022), yang menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Mie

Semeru Lumajang. Selain itu, penelitian oleh Ababil et al., (2019) juga menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada merek Senduro Coffee. Penelitian lain oleh Pristiawan et al., (2022) mendukung temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Granat Malang Indah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk dinilai tinggi, faktor-faktor lain sering kali lebih menentukan dalam keputusan pembelian konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan pada data penelitian, ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Roji Ramen Di Bintaro Tangerang Selatan. Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Patmala & Fatihah, (2021) dan Aryandi & Onsardi, (2020) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Restoran Roji Ramen memiliki penampilan bangunan, perabotan, dan perlengkapan yang lengkap, mencerminkan kualitas pelayanan yang dapat diberikan kepada konsumen. Sarana dan prasarana terlihat bersih dan terawat dengan baik, menunjukkan simpati dari konsumen terhadap penampilan fisik restoran yang menarik, bersih, dan dilengkapi dengan perabotan yang baik. Penampilan ini pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, konsumen juga yakin bahwa karyawan Roji Ramen memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memberikan layanan yang baik. Pengetahuan dan keterampilan karyawan yang memadai mencerminkan sikap sopan dan informatif, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, memperkuat kesan profesionalisme dan perhatian yang baik kepada konsumen sangat penting. Semua aspek ini secara keseluruhan membentuk pengalaman layanan yang unggul dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian produk Roji Ramen.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan pada data penelitian, ditemukan bahwa Harga (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan

pembelian (Y) pada Roji Ramen Di Bintaro Tangerang Selatan. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Ruliansyah & Sampurna, (2020); Byhaqi et al., (2023) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Konsumen percaya bahwa harga Roji Ramen mencerminkan kualitas yang ditawarkan karena beberapa faktor utama, yaitu kualitas bahan baku yang digunakan dalam pembuatan ramen sangat tinggi dan memberikan rasa autentik yang diharapkan dari masakan Jepang. Konsumen sering kali mempertimbangkan manfaat produk sebelum memutuskan apakah harga tersebut sesuai dengan yang mereka harapkan. Harga yang wajar adalah harga yang mencerminkan manfaat dan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Jika konsumen merasa manfaat yang diberikan produk sebanding atau melebihi harga yang dibayar, mereka akan lebih cenderung melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya melihat harga sebagai angka, tetapi juga sebagai representasi dari nilai dan manfaat yang mereka dapatkan dari produk tersebut. Selain itu, Konsumen merasa bahwa harga Roji Ramen sebanding dengan nilai yang diterima karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan Roji Ramen sangat profesional dan ramah. Karyawan yang berpengetahuan luas dan sopan memberikan pengalaman bagi konsumen yang menyenangkan dan memuaskan, sehingga menambah nilai terhadap harga yang dibayar membuat pengalaman mereka memuaskan. Hal ini berarti bahwa harga produk sudah memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen yang menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian.