

## **BABIV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Dream's Coffee**

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya Dream's Coffee**

Usaha Cafe Dream's Coffee merupakan usaha perseorangan yang didirikan oleh Andi Rahmayadi, pemilik sekaligus pengelola Cafe Dream's Coffee. Pendirian Cafe Dream's Coffee pada tahun 2016 berawal dari keinginan pemilik untuk membuka cafe yang bisa dijadikan untuk tempat nongkrong anak muda masa kini yang lebih suka mengerjakan tugasnya diluar seperti di cafe daripada dirumah, sebab suasana cafe yang lebih santai. Karenanya pemilik membuka cafe Dream's Coffee dengan sasaran pasar yakni para pelajar dan mahasiswa yang suka untuk hangout atau nongkrong diluar.

Namun tidak hanya anak muda, sebab lokasi Dream's Coffee yang berada di Jl. Brigjen Hasan Kasim No. 30D Celentang, Palembang, Sumatera Selatan yang cukup berdekatan dengan beberapa kantor-kantor, maka para karyawan kantor yang berada disekitar cafe juga menjadi sasaran pasar cafe Dream's Coffee. Sebab menurut pemilik cafe saat karyawan merasa penat saat bekerja maka mereka bisa melepas penat dengan berkunjung ke cafe Dream's Coffee, sebab Dream's Coffee

menyediakan banyak pilihan menu makanan dan minuman yang bisa dipilih untuk makan siang ataupun makan malam<sup>1</sup>.

## 2. Visi dan Misi

Berikut adalah visi dan misi yang dimiliki oleh Dream's Coffee<sup>2</sup> :

### a. Visi

Menjaga mutu dan memberikan pengunjung pelayanan terbaik.

### b. Misi

- 1) Menjaga kualitas makanan dan minuman terbaik dengan harga yang terjangkau.
- 2) Menjaga kepuasan pelanggan Cafe Dream's Coffee dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

## B. Karakteristik Responden

### 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data responden berdasarkan dari jenis kelamin dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Distribusi responden berdasarkan Jenis kelamin**

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	37	61,7	61,7	61,7

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Andi Rahmayadi pemilik Dream's Coffee. 22 Oktober 2019.

<sup>2</sup>*Ibid.*

	WANITA	23	38,3	38,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan pada hasil output tabel 4.1 diketahui bahwa distribusi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebanyak 61,7% berjenis kelamin pria dan 38,3% responden berjenis kelamin wanita. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung di Dream's Coffee adalah pria.

## 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Berikut data responden berdasarkan dari usia dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Distribusi responden berdasarkan Usia**

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>30	5	8,3	8,3	8,3
	15-20	16	26,7	26,7	35,0
	21-25	28	46,7	46,7	81,7
	26-30	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Berdasarkan hasil output tabel 4.2 diketahui bahwa distribusi responden berdasarkan usia dari 15-20 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase 26,7%, kemudian usia dari 21-25 tahun berjumlah 28 orang dengan persentase 46,7%, dan usia dari 26-30 berjumlah 11 orang dengan persentase 18,3%, dan usia >30 tahun berjumlah 5 orang dengan

persentase 8,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pengunjung Dream's Coffee memiliki usia 21-25.

### 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Berikut data responden berdasarkan dari pendidikan dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Distribusi responden berdasarkan Pendidikan**

<b>PENDIDIKAN</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIPLOMA	14	23,3	23,3	23,3
	S1	22	36,7	36,7	60,0
	S2	8	13,3	13,3	73,3
	SMA	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

*Sumber: Data Primer diolah, 2019*

Berdasarkan hasil output tabel 4.3 diketahui bahwa distribusi responden berdasarkan pendidikan didapat hasil dimana pengunjung dengan pendidikan Sekolah Menengah Atas adalah sebanyak 16 orang (26,7%), Pendidikan Diploma berjumlah 14 orang (23,3%), Pendidikan S1 berjumlah 22 orang (36,7%), dan pendidikan S2 berjumlah 8 orang (13,3%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pengunjung Dream's Coffee memiliki latar pendidikan S1 atau Strata I.

#### 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut data responden berdasarkan dari pekerjaan dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Distribusi responden berdasarkan Pekerjaan**

PEKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BELUM BEKERJA	10	16,7	16,7	16,7
	PELAJAR	29	48,3	48,3	65,0
	PNS	5	8,3	8,3	73,3
	SWASTA	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

*Sumber: Data Primer diolah, 2019*

Berdasarkan hasil output tabel 4.4 diketahui bahwa distribusi responden berdasarkan pekerjaan pengunjung Dream's Coffee diantaranya yang belum bekerja adalah sebanyak 10 orang (16,7%), pelajar 29 orang (48,3%), PNS atau Pegawai Negeri Sipil berjumlah 5 orang (8,3%), dan pendidikan pegawai atau karyawan swasta berjumlah 16 orang (26,7%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pengunjung Dream's Coffee memiliki latar pekerjaan sebagai pelajar.

### C. Hasil Analisis Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pernyataan sejauh mana data yang ditampilkan pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur

dan digunakan untuk melayani kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel untuk tingkat signifikan 5% dari degree of freedom ( $df=n-2$ ), dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya<sup>3</sup>.

Adapun r tabel  $(n-2) = 60 - 2$  dalam penelitian ini adalah sebesar 0,2144 berdasarkan pengujian yang telah dilakukan untuk variabel dependent dan independent pada setiap item menunjukkan bahwa  $r\text{-hitung} > 0,2144$  hal ini menunjukkan bahwa seluruh data yang diuji adalah valid. Berikut ini adalah tampilan hasil uji validitas.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item pertanyaan	R tabel	R hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Pertanyaan 1	0,2144	0,538	Valid
	Pertanyaan 2	0,2144	0,839	Valid
	Pertanyaan 3	0,2144	0,582	Valid
	Pertanyaan 4	0,2144	0,563	Valid
	Pertanyaan 5	0,2144	0,839	Valid
	Pertanyaan 6	0,2144	0,627	Valid
	Pertanyaan 7	0,2144	0,613	Valid
	Pertanyaan 8	0,2144	0,711	Valid
	Pertanyaan 9	0,2144	0,699	Valid
Lokasi (X2)	Pertanyaan 1	0,2144	0,873	Valid
	Pertanyaan 2	0,2144	0,428	Valid

---

<sup>3</sup>Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hlm. 52.

	Pertanyaan 3	0,2144	0,613	Valid
	Pertanyaan 4	0,2144	0,571	Valid
	Pertanyaan 5	0,2144	0,873	Valid
	Pertanyaan 6	0,2144	0,565	Valid
	Pertanyaan 7	0,2144	0,873	Valid
	Pertanyaan 8	0,2144	0,520	Valid
	Pertanyaan 9	0,2144	0,462	Valid
Harga (X3)	Pertanyaan 1	0,2144	0,751	Valid
	Pertanyaan 2	0,2144	0,869	Valid
	Pertanyaan 3	0,2144	0,614	Valid
	Pertanyaan 4	0,2144	0,645	Valid
	Pertanyaan 5	0,2144	0,754	Valid
	Pertanyaan 6	0,2144	0,451	Valid
	Pertanyaan 7	0,2144	0,751	Valid
	Pertanyaan 8	0,2144	0,869	Valid
	Pertanyaan 9	0,2144	0,814	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Pertanyaan 1	0,2144	0,570	Valid
	Pertanyaan 2	0,2144	0,405	Valid
	Pertanyaan 3	0,2144	0,468	Valid
	Pertanyaan 4	0,2144	0,529	Valid
	Pertanyaan 5	0,2144	0,570	Valid
	Pertanyaan 6	0,2144	0,468	Valid
	Pertanyaan 7	0,2144	0,529	Valid
	Pertanyaan 8	0,2144	0,570	Valid
	Pertanyaan 9	0,2144	0,405	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabel diukur dengan uji statistik

*Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60, sebaliknya apabila nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60 maka indikator yang digunakan dalam variabel tersebut tidak reliabel. Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha* ( $\alpha^4$ ). Berikut ini adalah tampilan hasil uji reliabilitas.

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

No.	Variabel	Standar	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,60	0,844	Reliabel
2.	Lokasi (X <sub>2</sub> )	0,60	0,825	Reliabel
3.	Harga (X <sub>3</sub> )	0,60	0,884	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,946	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

#### D. Hasil Analisis Data

##### 1. Analisis Deskriptif

**Tabel 4.7**  
**Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Keputusan Pembelian**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KUALITAS_PELAYANAN	60	21	45	37,98	5,007

---

<sup>4</sup>*Ibid.* Hlm. 47.



LOKASI	60	19	45	35,08	5,987
HARGA	60	22	45	36,32	5,925
KEPUTUSAN_ PEMBELIAN	60	28	45	38,87	4,220
Valid N (listwise)	60				

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Dari tabel Statistik Deskriptif di atas jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 observasi. Sehingga dapat dijelaskan hasil sebagai berikut :

- 1) Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai minimum 21 dan maksimum 45 dengan mean 37,98 sedangkan standar deviasinya 5,007.
- 2) Lokasi menunjukkan nilai minimum 19 dan maksimum 45 dengan mean 35,08 sedangkan standar deviasinya 5,987.
- 3) Harga menunjukkan nilai minimum 22 dan maksimum 45 dengan mean 36,32 sedangkan standar deviasinya 5,925.
- 4) Keputusan Pembelian menunjukkan nilai minimum 28 dan maksimum 45 dengan mean 38,87 sedangkan standar deviasinya 4,220.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas di lakukan untuk menguji apakah data dalam penelitian terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan Jarque Bera Test.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Jarque Bera Test**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	60	-0,644	0,309	-0,058	0,608
Valid N (listwise)	60				

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

$$\begin{aligned}
 JB &= n \left( \frac{S^2}{6} + \frac{(K - 3)^2}{24} \right) \\
 &= 60 \left( \frac{(-0,644)^2}{6} + \frac{(-0,058 - 3)^2}{24} \right) \\
 &= 27,48
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan uji normalitas dengan Jarque Bera Test di atas menunjukkan nilai Jarque Bera sebesar 27,48. Nilai di atas jika di bandingkan dengan  $c^2$  tabel dengan df hitung =  $(n-k) = 60 - 3 = 57$  dan tingkat signifikansi 0,05 adalah sebesar 75,62. Oleh karena nilai  $JB < c^2$  tabel, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terstandarisasi dinyatakan berdistribusi normal.

#### **b. Uji Linieritas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan SPSS menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf

signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (linearity) > 0,05. Berikut adalah hasil dari uji linieritas pada model regresi dalam penelitian ini :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Linieritas dengan *Test of Linierity***

Model	Sig.
KUALITAS PELAYANAN	0,488
LOKASI	0,361
HARGA	0,499

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Berdasarkan pada tabel di atas dapat kita lihat nilai sig. dari variabel independen Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) dan Harga (X3) ketiganya menunjukkan nilai sig. masing-masing sebesar 0,488 ; 0,361 dan 0,499 dimana ketiganya > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki hubungan yang linier dengan variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).

### c. Uji Multikolinieritas

Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau dalam kata lain tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat di lihat pada nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF)<sup>5</sup>. Berikut hasil *output* uji multikolinieritas dari penelitian ini.

---

<sup>5</sup>*Ibid.* Hlm. 105.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinieitas dengan *Tolerance* dan VIF**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS_PELAYANAN	0,389	2,568
	LOKASI	0,312	3,208
	HARGA	0,193	5,186

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) dan Harga (X3) masing-masing adalah sebesar 0,389 ; 0,312 dan 0,193 dimana nilai *Tolerance* semua variabel menunjukkan hasil  $< 1$ . Begitu pula dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari semua variabel yang menunjukkan hasil  $< 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi di atas tidak terjadi multikolinieritas.

#### **d. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser dimana jika nilai sig.  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa model regresi

bebas dari gejala heterokedastisitas<sup>6</sup>. Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser**

Model		Sig.
1	(Constant)	0,785
	KUALITAS_PELAYANAN	0,832
	LOKASI	0,753
	HARGA	0,284

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Dari tabel uji heterokedastisitas di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah sebesar 0,832. Dan nilai sig. dari variabel Lokasi (X2) adalah sebesar 0,753. Serta nilai sig. variabel Harga (X3) adalah sebesar 0,284. Ketiga variabel di atas memiliki nilai sig. > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	20,698	3,609
	KUALITAS_PELAYANAN	0,521	0,146
	LOKASI	0,408	0,137
	HARGA	-0,439	0,175

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

<sup>6</sup>Imam Ghazali. 2012. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hlm. 105.

Berdasarkan pada tabel 4.12 di atas yang diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 22. Maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 20,698 + 0,521 X_1 + 0,408 X_2 - 0,439 X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda dari penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 20,698 artinya bahwa jika Dream's Coffee mengabaikan faktor-faktor yang ada, yaitu kualitas pelayanan, lokasi dan harga, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 20,698.
- b. Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan adalah sebesar 0,521. Artinya bahwa jika terjadi peningkatan 1 (satu) angka atau skor dalam kualitas pelayanan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,521 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dalam model regresi adalah tetap.
- c. Koefisien regresi untuk lokasi sebesar 0,408. Artinya bahwa jika terjadi peningkatan 1 (satu) angka atau skor pada lokasi, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,408 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.
- d. Koefisien regresi untuk harga adalah sebesar - 0,439. Artinya bahwa jika terjadi peningkatan 1 (satu) angka atau skor pada harga, maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,439. Sebaliknya saat terjadi penurunan 1 (satu) angka atau skor pada harga,

maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian sebesar 0,439 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)**

Model	Adjusted R Square
1	0,310

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka dapat di ketahui dari tabel diatas nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) dari pengujian model regresi adalah sebesar 0,310 atau 31%. Sehingga dapat di artikan bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi dari variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 31%.

##### b. Hasil Uji F

**Tabel 4.14**  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>			
	Model	F	Sig.
1	Regression	9,822	0,000 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Apabila F-hitung > F-tabel, maka Ho di tolak dan Ha di terima, sebaliknya jika F-hitung < F-tabel maka Ho di terima dan Ha di tolak. Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh angka F-hitung sebesar 9,822 > F-tabel sebesar 2,77 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian model regresi tersebut sudah layak dan benar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga secara simultan mempengaruhi Keputusan Pembelian dan signifikan dengan angka signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$ .

### c. Hasil Uji T

**Tabel 4.15**  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		5,735	0,000
	KUALITAS_PELAYANAN	0,618	3,565	0,001
	LOKASI	0,579	2,991	0,004
	HARGA	-0,616	-2,502	0,015

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka Ho di tolak dan Ha diterima dan sebaliknya jika nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Besarnya angka t-tabel dengan ketentuan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = (n-3) = 60-3 = 57$ . Dari ketentuan tersebut di peroleh angka t-tabel sebesar 1,672. Pengaruh Kualitas Pelayanan,



Lokasidan HargaTerhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai t-hitung variabel Kualitas Pelayananberdasarkan pada tabel di atas adalah sebesar  $3,565 > t\text{-tabel } 1,672$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya Kualitas Pelayananmemiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Besarnya pengaruh Kualitas Pelayananterhadap Keputusan Pembelian=  $0,618$  atau  $61,8\%$  dianggap signifikan positif dengan signifikansi  $0,001 < \alpha = 0,05$ .
- 2) Berdasarkan hasil perhitungan di atas, di peroleh angka t-hitung dari variabel Lokasisebesar  $2,991 > t\text{-tabel } 1,672$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Lokasi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Besarnya pengaruh variabel Lokasiterhadap Keputusan Pembelian=  $0,579$  atau  $57,9\%$  dianggap signifikan positif dengan angka signifikansi  $0,004 < \alpha = 0,05$ .
- 3) Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka t-hitung variabel Hargasebesar  $-2,502 > t\text{-tabel } 1,672$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh variabel Harga terhadap variabel Keputusan Pembelian. Besarnya pengaruh variabel Hargaterhadap Keputusan Pembelian=  $-0,616$ atau  $-61,6\%$  dianggap signifikan negatif dengan angka signifikansi sebesar  $0,015 < \alpha = 0,05$ .

## **E. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan pada hasil penelitian statistik menggunakan SPSS 22 dapat di lihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Keputusan Pembelian. Sehingga dapat di artikan ketika terjadi peningkatan pada Kualitas Pelayanan maka akan terjadi pula peningkatan pada Keputusan Pembelian.

Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan kepada konsumen merupakan salah satu cara untuk mencapai kepuasan konsumen, saat konsumen merasakan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh Dream's Coffee maka kemungkinan bahwa ia akan kembali lagi dan memutuskan untuk mengunjungi Dream's Coffee lagi akan meningkat, sehingga dapat diartikan bahwa saat konsumen kembali lagi mengunjungi Dream's Coffee maka ia akan memutuskan untuk membeli produk yang dijual oleh Dream's Coffee.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh Dream's Coffee maka akan semakin baik pula tanggapan konsumen yang ditunjukkan melalui keputusan pembelian konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian Junio Andreti, Nabila H. Zhafira, Sheila S. Akmal, dan Suresh Kumar (2016) dan Nuril Laelatul Maziah (2016) yang menunjukkan hasil dimana variabel Kualitas

Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

## **2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan pada hasil statistik penelitian dengan menggunakan SPSS 22, didapatkan hasil bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Keputusan Pembelian. Yang artinya, saat terjadi peningkatan pada variabel Lokasi maka Keputusan Pembelian akan meningkat pula.

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan atau tempatusaha berada atau berdiri. Lokasi Dream's Coffee akan berpengaruh terhadap besarnya pasar potensial yang dapat dicapai oleh Cafe Dream's Coffee. Lokasi yang strategis akan mempermudah konsumen lebih mudah dalam menemukan serta menjangkau Cafe Dream's Coffee. Selain itu lokasi yang aman juga akan membuat konsumen merasa bahwa keamanan mereka lebih terjamin, karenanya lokasi merupakan salah satu aspek penting untuk menarik konsumen agar mau berkunjung dan membeli produk Dream's Coffee. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh Sandi Fitra (2013), Junio Andrei, Nabila H. Zhafira, Sheila S. Akmal, dan Suresh Kumar (2016) dan Nuril Laelatul Maziah (2016) yang menunjukkan hasil dimana variabel Lokasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

### **3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan pada hasil penelitian dengan menggunakan program SPSS 22, di dapatkan hasil bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap variabel Keputusan Pembelian. Artinya, saat terjadi peningkatan pada Harga maka akan terjadi penurunan pada Keputusan Pembelian, dan sebaliknya saat terjadi penurunan pada Harga maka akan terjadi kenaikan pada Keputusan Pembelian.

Harga merupakan jumlah rupiah yang harus dibayarkan saat seorang konsumen membeli suatu produk atau jasa. Harga sering dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen, selain itu konsumen juga sering menghubungkan harga dengan kualitas atau kuantitas dari produk atau jasa yang ia dapatkan. Karenanya seringkali konsumen membandingkan harga suatu produk atau jasa satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini khususnya produk berupa makanan dan minuman yang dijual oleh Dream's Coffee. Konsumen akan membandingkan manfaat serta kualitas dari makanan dan minuman yang dijual Dream's Coffee dengan makanan dan minuman yang dijual oleh Cafe lainnya. Saat konsumen merasa bahwa manfaat dan kualitas makanan dan minuman yang dijual Dream's Coffee sesuai dengan harga yang ia bayarkan dibandingkan dengan harga makanan dan minuman ditempat lain

maka ia akan merasa puas, namun sebaliknya jika harga yang dibayarkan konsumen untuk makanan dan minuman di Dream's Coffee tidak sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diberikan, atau tidak lebih baik jika dibandingkan dengan cafe lainnya maka tentunya konsumen tidak akan merasa puas. Kepuasan konsumen tersebut dapat berkembang menjadi keputusan pembeliannya, saat konsumen puas maka ia pastinya akan kembali berkunjung ke Dream's Coffee dan memutuskan untuk membeli produk Dream's Coffee.

Oleh karena itu, Harga memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah negatif pada Keputusan Pembelian, sebab saat harga produk naik namun tidak dibarengi dengan peningkatan manfaat dan kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen akan menurun. Sebaliknya saat terjadi penurunan harga namun manfaat serta kualitas produk tetap terjaga maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh. Estu Mahanani (2018) yang menyimpulkan bahwa Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sebab konsumen merasa bahwa harga produk terlalu tinggi dibandingkan dengan produk substitusi lainnya. Serta hasil penelitian milik Vivil Yazia (2014) dan Caliesta Ali Pito Harlat (2016) yang menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.