

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITA RASA DAN KEBERAGAMAN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SRI REJEKI RESTO JEMBER**

**Istifarin Febri Rahmawati**  
**Fakultas Ekonomi Universitas Moch. Sroedji Jember**

**Abstrak**

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah keputusan pembelian, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan atau produsen harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Hal ini juga selalu di jaga oleh Sri Rejeki Resto Jember. Cita rasa dan keberagaman produk menjadi salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci:**

kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk, keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember.

**Abstract**

*Product quality is something that needs to receive primary attention from the company or producer, considering that the quality of a product is closely related to the purchasing decision problem which is the aim of the marketing activities carried out by the company. Each company or manufacturer must choose a quality level that will help or support efforts to improve or maintain the product's position in its target market. Quality is one of the main tools for achieving product positioning. Quality states the level of ability of a particular brand or product to carry out the expected function. This is also always maintained by Sri Rejeki Resto Jember. Taste and product diversity is an important factor in influencing consumer purchasing decisions.*

**Keywords:**

*product quality, taste and product diversity, purchasing decisions for Sri Rejeki Resto Jember.*

Alamat Korespondensi

Tuliskan alamat institusi

E-mail: (e-mail penulis yang berkorespondensi dengan editor)

**Pendahuluan**

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Terdapat perbedaan antara pembelian aktual

dan minat pembelian ulang. Bila pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen, maka minat pembelian ulang adalah niat untuk melakukan pembelian kembali pada kesempatan mendatang (Kinnear & Taylor, 1995). Salah

satu yang membuat konsumen kembali untuk membeli produk adalah kualitas produk.

Menurut Assauri (2007:211), kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah keputusan pembelian, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan atau produsen harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Hal ini juga selalu di jaga oleh Sri Rejeki Resto Jember

Sri Rejeki selalu menjaga kualitas produk. Sri rejeki merupakan resto baru yang hadir di Jember dan berdiri sejak tahun 2022, berbagai menu tersedia khususnya resto ini menyajikan spesialis ayam gephok dan iga bakar.

Dengan banyaknya persaingan resto, maka perusahaan ingin selalu mengamati perubahan perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen saat ini. Dalam proses keputusan pembelian terdapat lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku paskah pembelian. Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek untuk memilih merek yang paling disukai (Devi Indrawati, 2015).

Cita rasa menjadi salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung lebih mempercayai produk-produk dengan rasa yang terkenal atau yang sudah banyak di pasaran seperti ayam gephok. Menurut Setiadi (2003), Cita rasa mengacu pada skema memori akan sebuah rasa yang pernah dirasakan, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar dan/atau karakteristik pembuat dari produk/merek tersebut. Keragaman produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan

pembelian pada Mc Donald's Kedaton di Bandar Lampung (Yunida Tria Putri, 2017).

Sri Rejeki resto Jember menawarkan keberagaman produk makanan yang istimewa di lidah konsumen. Dengan cita rasa yang khas, Sri Rejeki resto memberikan sensari rasa yang istimewa bagi pengunjungnya. Ditambah lagi keberagaman produk makanan yang ditawarkan.

## Metode

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) atau penelitian konfirmatori (*confirmatory research*) atau disebut juga penelitian pengujian hipotesis. Artinya melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 1995:3-4).

Cooper dan Schindler (2006: 112) mendefinisikan pengertian populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen dimana kita akan menarik beberapa kesimpulan. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah membeli Sri Rejeki Resto yang diperkirakan rata-rata per hari 20 orang atau dalam 1 bulan 600 orang

Menurut Sekaran (2006: 123) sampel (*sample*) adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dengan metode *Purposive sampling (judgmental)*. menurut Zikmund (2009: 396) Purposive sampling adalah sebuah teknik pemilihan sampel dimana seorang individu memilih sampel berdasarkan penilaian pribadi mengenai beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah 1) orang yang pernah membeli Sri Rejeki Resto Jember 2) konsumen pernah membeli Sri Rejeki Resto Jember minimal dalam satu bulan terakhir.

Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah berdasarkan rumus Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2011:78) yaitu dengan presentasi kelonggran ketidaktelitian sebesar 10%, sebagai berikut :

$$\text{Rumus Slovin} \quad : \quad \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = presentase kelonggaran menggunakan (10%) dengan tingkat kepercayaan 90 %

Maka :

$$n = \frac{600}{1+600(0,1)^2}$$

$$n = \frac{600}{7}$$

n = 85,7 dibulatkan menjadi 86

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 86 orang responden.

## Hasil dan Pembahasan

### 1, Uji Intrumen Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut (kuesioner) mengukur apa yang ingin diukur dalam sebuah penelitian secara tepat. Menurut Arikunto (2006:169) mengemukakan bahwa sebuah kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

| No | Variabel | Item Pernyataan | r hitung | Keterangan         |
|----|----------|-----------------|----------|--------------------|
| 1  | X1       | X1.1            | 0,815    | Valid<br>r > 0,212 |
|    |          | X1.2            | 0,747    |                    |
|    |          | X1.3            | 0,497    |                    |
|    |          | X1.4            | 0,826    |                    |
| 2  | X2       | X2.1            | 0,822    | Valid<br>r > 0,212 |
|    |          | X2.2            | 0,764    |                    |
|    |          | X2.3            | 0,397    |                    |
| 3  | X3       | X3.1            | 0,838    | Valid<br>r > 0,212 |
|    |          | X3.2            | 0,886    |                    |
|    |          | X3.3            | 0,816    |                    |
|    |          | X3.4            | 0,811    |                    |
| 4  | Y        | Y1              | 0,847    | Valid<br>r > 0,212 |
|    |          | Y2              | 0,793    |                    |
|    |          | Y3              | 0,857    |                    |

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan mempunyai nilai-nilai r hitung yang lebih besar dari 0,212. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Dalam

penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu instrumen dapat dikatakan andal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,6 (Arikunto, 1993).

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variabel | Nilai <i>Alpha</i> ( $\alpha$ ) | Keterangan      |
|----|----------|---------------------------------|-----------------|
| 1  | X1       | 0,976                           | Reliabel > 0,60 |
| 2  | X2       | 0,787                           | Reliabel > 0,60 |
| 3  | X3       | 0,778                           | Reliabel > 0,60 |
| 4  | Y        | 0,798                           | Reliabel > 0,60 |

Berdasarkan tabel 2 diatas, menunjukkan hasil koefisien keandalan reliabilitas untuk variable X1, X2, X3 dan Y dalam anallisis berada pada kreteria tinggi dan sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dalam arti bahwa apabila pertanyaan tersebut diajukan lagi akan diperoleh jawaban yang relative sama dengan jawaban pertama. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variable adalah reliable karena nilai koefisien reliable lebih besar dari 0,6.

### 2, Uji Asumsi Klasik

#### 1. Normalitas

Pengujian normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis memiliki nilai residual berada disekitar nol (data normal). Normalitas dapat diketahui melalui multifacation kolmogorov-smirov. Jika nilai K-S < nilai tabel atau nilai 2-tailed < dari 0,05 maka data tidak normal. Namun jika nilai K-S > nilai tabel atau nilai 2-tailed > dari 0,05 maka data normal.

Berdasarkan tabel 3 dibawah, asumsi kenormalan nilai residual pada model perlu diuji untuk membuktikan apakah nilai residual berada disekitar nilai nol. Hasil uji dengan kolmogrov-Smirnov membuktikan bahwa nilai residual pada model mengikuti sebaran normal. Hal ini dibuktikan dengan hasil Asymp.(2-tailed) > 0,05 Nilai residual yang diperoleh adalah 0,087 karena nilai residual untuk 2 tailed > 0,05 sehingga data dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas karena nilainya > 0,05.

Tabel 3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                |                | rESIDUAL |
|--------------------------------|----------------|----------|
| N                              |                | 86       |
| Normal Parameters <sup>a</sup> | Mean           | .0172    |
|                                | Std. Deviation | 1.31174  |
| Most Extreme Differences       | Absolute       | .109     |
|                                | Positive       | .052     |
|                                | Negative       | -.147    |
| Kolmogorov-Smirnov Z           |                | 1.186    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)         |                | .087     |

## 2. Uji Multikolinearitas

Hasil analisis regresi linier berganda variabel bebas pengaruh kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember . tetapi ada kemungkinan terjadi multikolinearitas diantara masing-masing variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas, dilakukan pengujian pada variabel bebas secara parsial yaitu dengan melakukan regresi antar variabel bebas dengan menjadikan salah satu variabel bebas sebagai variabel terikat (Gujarati, 1993:163). Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai VIF lebih besar dari 5 berarti didalam model terdapat multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai VIF lebih kecil dari 5 berarti didalam model tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dijelaskan pada tabel 4

Tabel 4 Hasil pengujian multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |    | Collinearity Statistics |       |
|-------|----|-------------------------|-------|
|       |    | Tolerance               | VIF   |
| 1     | X1 | .915                    | 1.083 |
|       | X2 | .876                    | 1.181 |
|       | X3 | .816                    | 1.171 |

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki VIF sebesar 1,083 artinya model regresi dengan variabel kualitas produk tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5.
2. variabel cita rasa ( $X_2$ ) memiliki VIF sebesar 1,181 artinya model regresi dengan variabel cita rasa tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5
3. variabel keberagaman produk ( $X_3$ ) memiliki VIF sebesar 1,171 artinya model regresi dengan variabel keberagaman produk tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5

Menurut Supranto (1995:8) di dalam regresi linier harus dianggap bahwa tidak ada kolinearitas ganda diantara variabel bebas. Hal ini dikarenakan apabila kolinearitas sempurna terjadi, maka koefisien regresi dari pada variabel X tidak dapat ditentukan (indeterminate) dan standart errornya tak terhingga (infinite). Kalau kolinearitas kurang sempurna, walaupun bisa ditentukan mempunyai standart error yang tinggi (dalam hubungannya dengan koefisien-koefisien itu sendiri), yang berarti koefisien regresi tidak dapat diperkirakan dengan tingkat ketelitian yang tinggi (jadi kurang teliti perkiraan yang diperoleh). Perlu disebutkan bahwa, karena variabel bebas X dianggap konstan/tetap atau non stochastic, kolinearitas ganda sebenarnya merupakan fenomena sampel saja.

Ketika kita merumuskan fungsi regresi populasi, kita sudah mempunyai keyakinan bahwa variabel-variabel X yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh yang terpisah atau bebas terhadap variabel terikat Y. tetapi bias juga terjadi bahwa dalam suatu sampel yang diteliti yang dipergunakan

untuk menguji model fungsi regresi populasi beberapa atau semua variabel bebas X mempunyai hubungan atau korelasi yang sangat kuat sehingga kita tidak dapat memisahkan pengaruh individu masing-masing terhadap Y. Dengan kata lain mungkin sampel tersebut tidak dapat mengakomodir semua variabel bebas X dalam analisa.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Spearman yaitu dengan menggunakan koefisien korelasi rank dengan hipotesis sebagai berikut:

- a. Ho: tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.
- b. Ha: ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas  
**Correlations**

|                |          |                         | Residual | X1    | X2    | X3    |
|----------------|----------|-------------------------|----------|-------|-------|-------|
| Spearman's rho | Residual | Correlation Coefficient | 1.000    | .072  | .058  | .058  |
|                |          | Sig. (2-tailed)         | .        | .683  | .722  | .727  |
|                |          |                         | N        | 86    | 86    | 86    |
|                | X1       | Correlation Coefficient | .072     | 1.000 | .167  | .167  |
|                |          | Sig. (2-tailed)         | .683     | .     | .246  | .246  |
|                |          |                         | N        | 86    | 86    | 86    |
|                | X2       | Correlation Coefficient | .058     | .167  | 1.000 | 1.000 |
|                |          | Sig. (2-tailed)         | .722     | .246  | .     | .     |
|                |          |                         | N        | 86    | 86    | 86    |
|                | X3       | Correlation Coefficient | .058     | .167  | 1.000 | 1.000 |
|                |          | Sig. (2-tailed)         | .727     | .246  | .     | .     |
|                |          |                         | N        | 86    | 86    | 86    |

Berdasarkan tabel diatas, jika nilai signifikansi (Sig 2-tailed) lebih besar dari nilai alpha sebesar 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada nilai residual. Nilai sinifikansi X1 (0,683), X2 (0,722) dan X3 (0,727) lebih besar dari 0,05.

Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi variabel Y.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi berarti tidak terjadi antara variabel pengganggu (ei) dengan variabel terikat. Untuk pengujian autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson. Sedangkan kriteria pengambilan keputusan untuk uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $DW < d_l$ ,  $H_0$  ditolak,  $P \neq 0$ , berarti terdapat autokorelasi positif pada model regresi yang digunakan.
- b. Apabila  $DW > 4 - d_l$ ,  $H_0$  ditolak,  $P \neq 0$ , berarti terdapat autokorelasi negatif pada model regresi yang digunakan.
- c. Apabila  $d_u < DW < 4 - d_u$ ,  $H_0$  diterima,  $P = 0$ , berarti tidak terdapat autokorelasi pada model regresi yang digunakan.
- d. Apabila  $d_l \leq DW \leq d_u$ , atau  $4 - d_u \leq DW \leq 4 - d_l$ , maka pengujian ini hasilnya tidak konklusif (inconclusion) atau tidak dapat disimpulkan sehingga tidak dapat diketahui apakah terdapat autokorelasi atau tidak pada model regresi yang digunakan.

Tabel 6 Hasil Autokorelasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .840 <sup>a</sup> | .815     | .813              | 2.34675                    | 2.010         |

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 6 diatas, hasil perhitungan diketahui bahwa nilai d (DW) adalah sebesar 2,009 sedangkan untuk  $n = 86$  dan  $k = 3$ . Diketahui nilai  $d_l$  dan  $d_u$  pada tingkat signifikan 5% (pada tabel) adalah  $d_l = 1,58$  dan  $d_u = 1,72$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima,  $P = 0$ , berarti tidak terdapat autokorelasi pada model regresi yang digunakan karena nilai  $d_u < DW < 4 - d_u$  yaitu  $1,72 < 2,009 < 2,28$ .

3, Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sayko cafe and

resto Bangsalsari Jember . Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 5.14 berikut:

Tabel 7 Hasil analisis regresi linier berganda

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1 (Constant) | 11.181                      | 5.110      |                           |
| X1           | .199                        | .316       | .179                      |
| X2           | .159                        | .191       | .155                      |
| X3           | .147                        | .181       | .151                      |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 7 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 11,181 + 0,199 X1 + 0,159 X2 + 0,147 X3 + e$$

Hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan secara terperinci sebagai berikut:

1. nilai konstanta (a) dari nilai regresi tersebut sebesar 11,181, nilai ini berarti bahwa jika tidak ada variabel kualitas produk, cita rasa dan persepsi harga, keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember adalah 11,181, hal ini berarti keputusan pembelian Sayko cafe and resto Bangsalsari Jember akan terus meningkat seiring waktu.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,199 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan kualitas produk (X1) akan meningkatkan keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember (Y) sebesar 0,199 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan
3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,159 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan cita rasa (X2) akan meningkatkan keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember (Y) sebesar 0,159 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan
4. Koefisien regresi X3 sebesar 0,147 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan keberagaman produk (X3) akan meningkatkan keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember (Y) sebesar 0,147

dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan

Nilai koefisien regresi yang ditunjukkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk adalah faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember yaitu sebesar 0,199.

#### 4, Uji Statistik

##### 1. Koefisien Determinasi Berganda

Tabel 8 Hasil koefisien determinasi berganda

Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .840 <sup>a</sup> | .815     | .813              | 2.34675                    | 2.009         |

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 8 diatas, diperoleh nilai R sebesar 0,840 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember . Sebesar 84,0 % keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember dapat dijelaskan dengan kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk

Nilai koefisien korelasi ( R ), digunakan untuk mengetahui sifat keeratan hubungan antara variabel kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember . Nilai koefisien korelasi sebesar 0,840, berarti hubungan antara kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember sangat erat.

Standar deviasi Y sebesar 2,36 lebih besar dari *Standar Error of the Estimate* sebesar 2.35, hal ini menunjukkan bahwa model regresi lebih baik dalam bertindak sebagai prediktor variabel daripada variabel Y sendiri

Untuk mengetahui besarnya proporsi sumbangan variabel bebas kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember digunakan analisis koefisien determinasi berganda (R<sup>2</sup>). Berdasarkan dari hasil perhitungan data yang diolah diperoleh nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,815. Nilai

ini menunjukkan bahwa naik atau turunnya keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember dapat dijelaskan dengan kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk sedangkan sisanya 19,5 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini

## 2. Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F)

Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember digunakan alat analisis yaitu uji F (F-test).

Tabel 9 Hasil Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 18.679         | 3  | 6.226       | 3.941 | .003 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 143.188        | 82 | 5.507       |       |                   |
|       | Total      | 161.867        | 85 |             |       |                   |

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 9 diatas, hasil uji F menunjukkan 3,941. Hasil pengujian untuk melihat apakah koefisien dari variabel bebas yaitu kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember digunakan F tabel pada  $\alpha = 5\%$ ,  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 85$  sebesar 2,71 hal ini berarti F hitung  $> F$  tabel ( $3,941 > 2,71$ ) dengan tingkat signifikan 0,003. Karena F hitung  $> F$  tabel atau probabilitas (0,000) jauh kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember atau dapat dikatakan variabel kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember .

## 3. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengujian koefisien regresi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember . Kriteria pengujian untuk uji t ini adalah apabila t hitung lebih

besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan apabila t hitung lebih kecil dari t tabel, artinya bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 10 Hasil Uji t

| Model |            | t     | Sig. |
|-------|------------|-------|------|
| 1     | (Constant) | 2.851 | .008 |
|       | X1         | 3.606 | .001 |
|       | X2         | 2.784 | .002 |
|       | X3         | 2.914 | .002 |

1. variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 3,606 sedangkan t tabel untuk X1 adalah 1,66, maka  $H_0$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember
2. variabel cita rasa memiliki nilai t hitung sebesar 2,784 sedangkan t tabel untuk X2 adalah 1,66, maka  $H_0$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas cita rasa terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember
3. variabel keberagaman produk memiliki nilai t hitung sebesar 2,914 sedangkan t tabel untuk X3 adalah 1,66, maka  $H_0$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian secara simultan dan parsial dapat diperoleh hasil sebagai berikut :
  - a. Hasil uji F menunjukkan 3,941. Hasil pengujian untuk melihat apakah koefisien dari variabel bebas yaitu kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember digunakan F tabel pada  $\alpha = 5\%$ ,  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 85$  sebesar 2,71 hal ini berarti F hitung  $> F$  tabel ( $3,941 > 2,71$ ) dengan tingkat signifikan 0,003. Karena F hitung  $> F$  tabel atau probabilitas (0,000) jauh kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember atau dapat dikatakan variabel kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember .
  - b. Hasil uji t sebagai berikut: variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 3,606 sedangkan t tabel untuk X1 adalah 1,66, maka  $H_0$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember . variabel cita rasa memiliki nilai t hitung sebesar 2,784 sedangkan t tabel untuk X2 adalah 1,66, maka  $H_0$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas cita rasa terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember . variabel keberagaman produk memiliki nilai t hitung sebesar 2,914 sedangkan t tabel untuk X3 adalah 1,66, maka  $H_0$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember
2. Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, cita rasa dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember . Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada persamaan regresi sebagai berikut:
 
$$Y = 11,181 + 0,199 X_1 + 0,159 X_2 + 0,147 X_3 + e$$
 Hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan secara terperinci sebagai berikut: nilai konstanta (a) dari nilai regresi tersebut sebesar 11,181, nilai ini berarti bahwa jika tidak ada variabel kualitas produk, cita rasa dan persepsi harga, keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember adalah 11,181, hal ini berarti keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember akan terus meningkat seiring waktu. Koefisien regresi X1 sebesar 0,199 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan kualitas produk (X1) akan meningkatkan keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember (Y) sebesar 0,199 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan. Koefisien regresi X2 sebesar 0,159 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan cita rasa (X2) akan meningkatkan keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember (Y) sebesar 0,159 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan. Koefisien regresi X3 sebesar 0,147 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan keberagaman produk (X3) akan meningkatkan keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember (Y) sebesar 0,147 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan. Nilai koefisien regresi yang ditunjukkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk adalah faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sri Rejeki Resto Jember yaitu sebesar 0,199.

## Daftar Referensi

- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fardiani, Aprillia Nia. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: UNDIP.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Augusty Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D.L & Davis, S, 1994 *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonomika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, et al. 1995. *Multivariate Data Analysis 6 Ed*. New Jersey: Pearson Education
- Hidayat, Ahmad. 2013. *tentang "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Member PT.Melia Sehat Sejahtera di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran edisi kesebelas*. Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Natalia. 2015. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Marcelio Speed Shop*. Jurnal.
- Parasuraman, A. Zeithaml., Valerie, A., Berry, Leonard L. 1988. *Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*. Vol. 64 No.1. Hlm. 12-40.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi ke empat. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Retna, Dewi Wulan. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor*. *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*. Bogor: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan.
- Sabarguna Boy S.. 2004. *Pemasaran Rumah Sakit*. Yogyakarta: Konsorsium RSI: 1-21.
- Santosa, Budi Purbayu dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Axcel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono, Sarlito W dan Meinarno, Eko A. 2009. *Psikologi Sosial*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*, Cetakan Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Jilid Idan II. (Terjemahan: Lamarto). Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta. Sukmana, O. 2003. *Dasar-dasar Psikologi Lingkungan*. Malang: UMM Press.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi II Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, Widya. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuno, Cahyo. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan pembelian Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: FE UNY.
- Zeithaml, Valerie A., Leonard Berry, and A. Parasuraman. 1996. *The Behavioral Consequence Of Service Quality*. *Journal of Marketing*, vol. 60.