

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG SPESIAL SAMBAL PLENGKUNG GADING

THE INFLUENCE OF PRODUCT AND QUALITY SERVICE TOWARD PURCHASE DECISION AT WARUNG SPESIAL SAMBAL PLENGKUNG GADING

Oleh : Ismayanti,

Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta,

Email : 13511241046@student.uny.ac.id

Dosen : Sutriyati Purwanti, M.Si

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) kualitas produk, (2) kualitas pelayanan, (3) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading, (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading, (5) pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading. Jenis penelitian survey. Populasi penelitian adalah semua pembeli di warung SS bulan Mei 2017 berjumlah 10200. Pengambilan sampel dengan metode *insidental sampling* sebanyak 100 responden berdasarkan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian (1) Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,125 nilai signifikan $0,002 < 0,05$, koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,253. (2) Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,060 nilai signifikan $0,003 < 0,05$, koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,282. (3) Terdapat pengaruh positif kualitas produk & pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 30,903 dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: kualitas produk, pelayanan, keputusan

Abstract

This study aims to determine : (1) product quality, (2) service quality, (3) the influence of product quality towards purchase decision at Warung SS Plengkung Gading, (4) the influence of service quality toward purchase decision at Warung SS Plengkung Gading, (5) the influence of product and service quality simultaneously toward purchase decision at Warung SS Plengkung Gading. The type of research was survey. The population in this study were all customers at warung SS Plengkung Gading on May, 2017 with amount of population were 10200 people. The sampling technique used insidental sampling method with amount of sample were 100 people based on formula by Slovin. The technique of collecting data was questionnaire. The technique of data analysis used multiple regression analysis. The results show that: (1) there is a positive influence of product quality towards purchase decision at Warung SS Plengkung Gading. This is showed by t value of 3,125 with significant value of $0,002 < 0,05$, the regression coefficient has positive value of 0,253 (2) there is a positive influence of product quality towards purchase decision at Warung SS Plengkung Gading. This is showed by t value of 3,060 with significant value of $0,003 < 0,05$, and the regression coefficient has positive value of 0,282 (3) there is a positive influence of quality product and service simultaneously toward purchase decision at Warung SS Plengkung Gading. This is showed by F value of 30,903 with significant value of $0,000 < 0,05$.

Keywords: Product quality, service, decision

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota Pelajar. Predikat sebagai kota pelajar berkaitan dengan sejarah dan peran kota ini dalam dunia pendidikan di Indonesia. Di samping adanya berbagai pendidikan di setiap jengjang pendidikan tersedia di provinsi ini, di Yogyakarta terdapat banyak mahasiswa dan pelajar dari seluruh daerah di Indonesia. Selain itu Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. (<http://www.pendidikan-diy.go.id/dinas> pada 27 Agustus 2017 pukul 14:18 wib).

Predikat sebagai kota Pelajar dan kota tujuan wisata, Yogyakarta semakin banyak penduduknya, disamping penduduk asli juga para pendatang dari luar daerah di Indonesia maupun dari manca negara yang bertujuan untuk belajar ataupun berwisata. Untuk mendukung semua itu tentu saja membutuhkan usaha di berbagai sektor salah satunya kuliner yang menjadi sarana untuk memenuhi segala kebutuhan para pendatang.

Manusia hidup memerlukan energi untuk melakukan aktivitas, salah satunya dengan mengonsumsi makanan untuk memenuhi kebutuhan energinya. Hal tersebut menjadikan usaha kuliner menjadi bisnis yang menjanjikan, tidak terkecuali di kota Yogyakarta.

Menurut Fiani dan Japariato (2012), Kualitas produk makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima konsumen termasuk faktor eksternal seperti, tingkat bahan yang digunakan, rasa, dan penampilan dari produk.

Warung Spesial Sambal merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri kuliner dengan produk unggulan berupa aneka sambal. Produk yang ditawarkan harus sesuai dengan selera dan dapat diterima oleh masyarakat. Munculnya usaha-usaha kuliner baru yang menyediakan menu aneka sambal dengan variasi produk yang beragam dengan keunggulan masing-masing membuat pilihan konsumen terhadap produk aneka sambal menjadi bertambah banyak. Selain itu masih

adanya konsumen yang mengeluhkan mengenai sedikitnya porsi sayuran yang disajikan membuat perusahaan harus mampu menganalisis permintaan masyarakat terhadap produk, apakah sudah sesuai dengan permintaan atau belum.

Selain kualitas produk, pelayanan prima juga memegang peranan penting dalam keputusan pembelian terhadap suatu produk. menurut Daryanto dan Setyabudi (2014: 1) pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Pelayanan yang diberikan oleh warung SS Plengkung Gading sudah baik, namun masih adanya keluhan mengenai lamanya waktu penghidangan pesanan membuat perlunya kajian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan.

Menurut Kotler (2009) keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen untuk menentukan suatu proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu produk.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui kualitas produk, (2) mengetahui kualitas pelayanan (3) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading, (4) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading, (5) mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian survey. Menurut Jogiyanto (2014) Penelitian survey digunakan untuk memperoleh data opini individu guna mendapatkan fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual tanpa menyelidiki mengapa gejala tersebut ada.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di warung SS Plengkung Gading Jl. Mayjen Sutoyo Yogyakarta. Waktu penelitian mulai Bulan Januari 2017 sampai dengan Agustus 2017.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah semua pembeli di warung Spesial Sambal Plengkung Gading, bulan Mei 2017 berjumlah 10200 pengunjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampel insidental dengan jumlah sampel 100 orang berdasar rumus Slovin dan tingkat kesalahan 10%.

Prosedur

Melakukan pengambilan data pada pengunjung warung Spesial Sambal secara kebetulan pada semua pembeli yang kebetulan melakukan pembelian saat penelitian dilakukan dan dianggap sesuai untuk dijadikan sumber data. Setiap responden diberikan seperangkat angket tertutup yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian dengan jawaban yang sudah tersedia berupa lembar ceklist dengan skala Likert yaitu SS (sangat setuju), S(setuju), RR(ragu-ragu), TS(tidak setuju), STS (sangat tidak setuju) sehingga responden hanya memilih jawaban yang sudah ada dan tidak bisa menambah jawaban diluar yang sudah tersedia di dalam angket. Responden diberikan waktu untuk mengisi, kemudian setelah responden memberikan tanda sudah selesai mengisi, maka angket yang sudah diisi tersebut diambil dan dikumpulkan untuk proses selanjutnya yaitu olah data penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan lembar angket tertutup. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Dyah Nirmala A.J., 2012:13) dengan bantuan program SPSS 16.0 for windows.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen yang disini berupa kualitas produk dan pelayanan terhadap satu variabel dependen

yaitu keputusan pembelian dengan bantuan program SPSS 16.0 for windows. Sebelum melakukan analisis regresi berganda maka terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis. Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) yang dapat dicapat dengan memenuhi Uji prasyarat analisis yang terdiri dari uji normalitas, linieritas, multikolinieritas dan heterokedastisitas. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu/residual mempunyai distribusi normal. Pengujian menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* (Sugiyono, 2010:152) sebagai berikut:

$$K_D = 1,36 \sqrt{\frac{n_1+n_2}{n_1n_2}}$$

Keterangan:

K_D = Harga *Kolmogorov-Smirnov*

n_2 = Jumlah sampel yang diobservasikan atau diperoleh

n_1 = Jumlah sampel yang diharapkan

Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Produk	0,283	Normal
Pelayanan	0,280	Normal
Keputusan Pembelian	0,583	Normal

Sumber: Data primer yang telah diolah

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Bertujuan mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier. Dalam uji ini digunakan rumus (Sutrisno Hadi, 2000:26) sebagai berikut:

$$\text{Freg} = \frac{R^2(N-m-1)}{m(1-R^2)} = \frac{RK_{rog}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

Freg= Harga F regresi

N = Cacah Kasus (jumlah responden)

n = Cacah Prediktor (jumlah variabel)

R = Koefisien korelasi antara kriterium dengan prediktor

 R_{kreg} = Rerata kuadrat regresi R_{kres} = Rerata kuadrat residu

Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Hasil rangkuman uji linieritas disajikan berikut ini:

Tabel 14. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Produk	1,191	Linier
Pelayanan	0,821	Linier

Sumber: Data primer yang telah diolah

Hasil uji linieritas menunjukkan semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada (sig >0,05), hal ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian adalah linier.

Uji Multikolinieritas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor (VIF)*, apabila $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 15. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Produk	0,523	1,911	Non Multikolinieritas
Pelayanan	0,523	1,911	Non Multikolinieritas

Sumber: Data primer yang telah diolah

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas menggunakan uji *Glejser* pada program *SPSS for windows*. Jika koefisien signifikan lebih besar dari tingkat signifikan maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam, Ghozali, 2011:139).

Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Produk	0,904	Non Heteroskedastisitas
Pelayanan	0,237	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang telah diolah

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Setelah uji prasyarat analisis dilakukan dan model regresi linier berganda dinyatakan memiliki model regresi yang baik maka dilakukan uji regresi berganda. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

Uji Regresi Berganda

Bertujuan menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Dyah Nirmala A.J., 2012:13). Rumus regresi berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

 b_1 = Koefisien kualitas produk b_2 = Koefisien kualitas pelayanan X_1 = Kualitas Produk X_2 = Kualitas Pelayanan

e = Error

Uji Hipotesis

Bertujuan mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta. Analisis regresi berganda dipilih untuk menganalisis pengajuan hipotesis dalam penelitian ini. Berikut hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16.00 for Windows*.

Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	kesimpulan
Produk	0,253	3,125	0,002	Signifikan
Pelayanan	0,282	3,060	0,003	Signifikan
Konstanta = 3,391				
Adjusted R ² = 0,377				
F hitung = 30,903				
Sig. = 0,000				

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,391 + 0,253 X_1 + 0,282 X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 3,391 berarti jika kualitas produk dan pelayanan sama dengan nol, maka keputusan pembelian konsumen adalah 3,391. Nilai koefisien beta pada variabel atribut produk sebesar 0,253 yang berarti setiap perubahan pada variabel atribut produk (X_1) mengakibatkan perubahan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,253. Nilai koefisien beta pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,282 berarti setiap perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X_2) mengakibatkan perubahan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,282.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. Hasil pengujian hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

Uji t

Bertujuan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikan yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Jika

signifikan t_{hitung} lebih besar dari α maka H_0 diterima, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika signifikannya lebih kecil dari α maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Berikut penjelasan hasil dari uji t untuk masing-masing variabel:

Kualitas Produk

Hasil statistik uji t variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,125 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,253; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta” diterima.

Kualitas Pelayanan

Hasil statistik uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,060 dengan nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,282; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta” diterima.

Uji f

Bertujuan menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan melihat tingkat signifikannya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikan yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($sig.<0,05$), maka model regresi signifikan secara statistik. Dengan derajat keyakinan tertentu, jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 diterima (Ghozali, 2011:98).

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,903 signifikan 0,000. Nilai signifikan

lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta” diterima.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Penelitian ini menggunakan *adjusted R²* untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y. Pemilihan *adjusted R²* tersebut karena adanya kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi (R^2). Kelemahannya adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. (Ghozali,2011).

Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji *Adjusted R²* pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,377. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan pelayanan sebesar 37,7% sedangkan sisanya sebesar 62,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Kualitas Produk

Hasil penghitungan data variabel produk Warung Spesial Sambal Plengkung Gading Jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta diperoleh, rata-rata(*mean*) = 59,3, median = 58, modus = 57; *standart deviasi* = 7,24.

Penentuan kecenderungan skor variabel kualitas produk diperoleh mean ideal sebesar 5,25 dan *standar deviasi ideal* sebesar 17,5. Setelah diketahui Mi dan Sdi dapat dikategorikan ke dalam tiga kategori sebagai berikut:

Tabel 8. Distribusi Kecenderungan Kualitas Produk

No.	Interval	frekuensi	Percent (%)	Kategori
1.	$X > 70$	9	9	Tinggi
2.	$35 \leq X < 70$	90	90	Sedang
3.	$X < 35$	1	1	Rendah

Hasil tabel frekuensi kategori kualitas produk diperoleh kategori rendah sebanyak 1% (1 orang), sedang 90% (90 orang), dan tinggi

sebesar 9% (9 orang). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh dengan kategori sedang yaitu 90%

Kualitas Pelayanan

Hasil penghitungan data variabel pelayanan Warung Spesial Sambal Plengkung Gading Jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta diperoleh, rata-rata(*mean*) = 44,9, median = 44, modus = 40; *standart deviasi* = 6,37.

Penentuan kecenderungan skor variabel kualitas pelayanan diperoleh mean ideal sebesar 43,5 dan *standar deviasi ideal* sebesar 14,75. Setelah diketahui Mi dan Sdi dapat dikategorikan ke dalam tiga kategori sebagai berikut:

Tabel 10. Distribusi Kecenderungan Kualitas Pelayanan

No.	Interval	frekuensi	Percent (%)	Kategori
1.	$X > 58,25$	2	2	Tinggi
2.	$28,75 \leq X < 58,25$	96	96	Sedang
3.	$X < 28,75$	2	2	Rendah

Hasil tabel frekuensi kategori kualitas pelayanan diperoleh kategori rendah sebanyak 2% (2 orang), sedang 96% (96 orang), dan tinggi sebesar 2% (2 orang). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh dengan kategori sedang yaitu 96%.

Pengaruh Kualitas Produk

Faktor kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung Spesial Sambal Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,125 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,253; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan “kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta”.

Pengaruh Kualitas Pelayanan

Faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung}

sebesar 3,060 dengan nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,282; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan “kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta”.

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Secara Bersamaan Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian Adjusted R^2 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,903 dengan signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta”.

Pembahasan

Hasil statistik uji t variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,125 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,253; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta” diterima.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk yang diwakili oleh faktor penampilan makanan, porsi makanan, temperatur makanan, tekstur makanan, aroma makanan, rasa makanan, dan higienitas makanan mempengaruhi tindakan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading. Kualitas produk berpengaruh positif. Hal ini mungkin dikarenakan produk memiliki penampilan yang baik, penyajian yang rapi dan rasa yang enak sesuai dengan selera konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Penny Rahmawati. (2014), dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand*

Image, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti” menunjukkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa terhadap produk sari roti, sedangkan variabel *brand image* tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Hasil statistik uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,060 dengan nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,282; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta” diterima.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diwakili oleh faktor penampilan, kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan yang diberikan oleh pramusaji mempengaruhi tindakan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di warung Spesial Sambal Plengkung Gading. Kualitas pelayanan berpengaruh positif. Hal ini mungkin dikarenakan para pramusaji memiliki penampilan menarik, mengantarkan sesuai pesanan, melayani dengan sabar dan perhatian serta cepat tanggap komplain konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Putri Iswayanti (2010), dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)”, hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,253 (bertanda positif) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,813 dengan tingkat signifikan 0,006 ($< 0,05$) yang artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,903 dengan signifikan 0,000. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa

hipotesis yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta” diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yeni Marlina (2015), dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Sederhana By Pass Padang”, menunjukkan bahwa produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dari hasil uji ANOVA didapat nilai F_{hitung} sebesar 92,743 dengan signifikan 0,000 yang artinya semakin baik produk, harga dan kualitas layanan maka keputusan pembelian akan meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kualitas produk dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung SS Plengkung Gading dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 3,125 dan koefisien regresi sebesar 0,253 untuk kualitas produk dan t_{hitung} sebesar 3,060 dan koefisien regresi sebesar 0,282 untuk kualitas pelayanan. Kualitas produk dan pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan hasil pengujian F_{hitung} sebesar 30,903 dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Saran

Produk yang akan disajikan sebisa mungkin tidak terjadi kontak langsung dengan tangan atau tersentuh seragam pramusaji. Sebelum mengantarkan hidangan, atau sembari menuju meja tamu pramusaji dapat mengecek apakah minuman atau makanan bebas dari benda asing seperti kerikil atau semut kecil, sehingga hidangan terjaga kehygienisannya sampai ke tangan konsumen.

Pihak manajemen dapat memberikan aturan waktu penghidangan makanan, contohnya: minuman ringan seperti air mineral,

teh, dan kopi disajikan dalam waktu 5 menit, untuk minuman jus yang memerlukan waktu pencampuran dihangatkan dalam 10 menit, untuk hidangan utama disajikan dalam 15-20 menit dan sebagainya. Jika waktu penghidangan melebihi waktu yang ditentukan atau dijanjikan, pramusaji dapat mengkonfirmasi ulang kepada konsumen untuk menunggu pesannya, pramusaji juga dapat menjelaskan alasan keterlambatan penghidangan dan meminta maaf. Jika memungkinkan jangan biarkan konsumen berdiam tanpa kepastian terlalu lama, sehingga membuat waktu menunggu hidangan menjadi terasa sangat lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2015). *Sejarah Singkat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Diakses dari <http://www.pendidikan-diy.go.id/dinas> pada Agustus 2017 pukul 14.18 wib
- Daryanto dan Ismato, Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: penerbit Gava Media.
- Dyah Nirmala A.J.,(2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- (2004). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media
- Fiani M. dan Japarianto, E. 2012. Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jogiyanto.(2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. BPF
- Kotler, P & Amstrong. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Jakarta: PT. Indeks
- (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: penerbit Erlangga
- Satlita, L. (2003). *Pelayanan Prima Untuk Membangun Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal*. No.2, volume III. Yogyakarta: UNY. Diakses dari <http://www.journal.uny.ac.id/> pada 7 Juni 2017