



VITKA Jurnal Manajemen Pariwisata

www.journal.btp.ac.id

Original Research

Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Prata Woroeng 8 Cabang Tiban Center

Analysis of the influence of product quality on consumer purchasing decisions at Prata Waroeng 8 Tiban Center branch.

Hidayat Ravali, Tirta Mulyadi S.E., M.M.Par

Program Studi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam
The Vitka City Complex. Jl. Gajah Mada Tiban – Batam Kepulauan Riau 29425, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diterima : 25/8/21
Direvisi : 7/10/21
Disetujui : 15/10/21
Tersedia *online* : 19/10/21

Email korespondensi:
hidayat.ravali13@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality on consumer purchasing decisions. The method used is quantitative research methods with a descriptive approach. The sampling technique used random sampling technique with a sample size of 100 respondents. Data collection techniques using observation, questionnaires (questionnaire) and documentation. The data analysis technique uses the validity test method, reliability test, classical assumption test, simple linear regression analysis, t test, and the coefficient of determination with the help of SPSS version 25. The conclusion in this study is the results of the analysis obtained that the results of the t test variable Product Quality t count $10.322 > t$ table 1.988 with a significance of 0.000 (< 0.05) and the test results of the coefficient of determination (R^2) show that the variable product quality has an effect of 52.1% on consumer purchasing decisions and product quality variable instruments have an average / mean value of 3.858. This means that product quality (X) has a positive effect on purchasing decisions (Y). Thus the hypothesis which states that product quality (X) has a positive effect on purchasing decisions (Y) can be accepted.

Keywords: Product Quality, Purchasing Decision.

1. PENDAHULUAN

Kuliner adalah suatu bagian dari hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari – hari. Kuliner juga dapat di artikan selaku hasil olahan yang berupa masakan, dan juga masakan tersebut berupa lauk – pauk, makanan atau panganan beserta minuman. Karena setiap daerah memiliki cita rasa tersendiri maka tak heran jika setiap daerah memiliki tradisi kuliner yang berbeda-beda (gaffarais, 2013). Dari zaman dulu hingga sekarang berbisnis kuliner tidak ada matinya. Dalam melancarkan usaha rumah makan maka pelaku usaha tersebut harus mengoptimalkan cita rasa pada setiap makanan. Hal ini menjadi salah satu faktor utama penentu untuk mencapai keberhasilan dalam usaha dibidang makanan (Handoko dan Swasta 2000). Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan (Kotler dan keller, 2004). Ciri khas orang Indonesia yang suka

mencoba hal baru, termasuk makanan membuat bisnis kuliner sangat cocok di Indonesia. Selain itu, Indonesia juga disebut-sebut surga kuliner di dunia. Kedua hal itu merupakan kombinasi yang sempurna dalam industri perkulineran di tanah air. Tentu para pebisnis di bidang pemuas perut dan dahaga terus berlomba-lomba menangkap pasar di tanah air yang menggiurkan.

Saat ini bisnis kuliner sangat berkembang di Kota Batam, Berdasarkan data online data sistem (ODS) di Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) RI, telah tercatat pada tahun 2019 terdapat 81.486 UMKM, Dari banyaknya jenis bisnis UMKM yang muncul di kota Batam bisnis kuliner menjadi salah satubisnis yang banyak di minati (Santy, 2020). Mayoritas masyarakat Batam merupakan pekerja, Karena tidak punya waktu untuk memasak, warga Batam lebih suka membeli makanan diluar sambil bersantai dengan keluarga. semakin banyak permintaan, semakin banyak juga dibuka usaha di bidang kuliner ini (Ridho, Simanjuntak& Ningsih, 2018).

Usaha prata salah satu usaha makanan yang sudah menjadi khas makanan melayu walaupun asal mula

roti ini bukan berasal dari orang melayu, makanan ini berasal dari India dan masuk ke Indonesia pada abad 17 tempatnya di daerah Sumatra, tak heran prata menjadi makanan yang sering di jumpai di daerah melayu, oleh karena itu banyak sekali tempat-tempat usaha prata yang sudah berdiri di Kota Batam. Berdasarkan data dalam layanan GoFood yang di akses pada tahun 2021 Rumah makan atau tempat makan yang dalam menunya ada menjual prata Roti prata yang sudah bekerja sama dengan GoFood ada sekitar 47 tempat, dari 43 tempat tersebut ada 9 brand yang sudah memiliki cabang, data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Data Tempat makan prata di Batam yang sudah memiliki cabang

No	Nama Rumah Makan	Total
1	Prata Waroeng 8	4
2	Amir Prata	2
3	Nasiha Prata	2
4	Putri Prata	4
5	Iwan Prata	2
6	Roti Prata Pak Alang	2
7	Prata Cahaya	2
8	Jhon Prata	2
9	Ali Prata	2

Sumber: Data GoFood (2021).

Dari 9 brand diatas yang memiliki rating lebih dari 4,5 bintang ada 6 brand lihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Data Tempat makan prata di Batam yang memiliki rating di bintang 4.5

No	Nama Rumah Makan	Total
1	Prata Waroeng 8	4.7
2	Amir Prata	4.7
3	Nasiha Prata	4.5
4	Putri Prata	4.6
5	Jhon Prata	4.8
6	Ali Prata	4.7

Sumber: Data GoFood (2021).

Dari data GoFood di atas terlihat bahwa ada 2 Brand usaha Prata yang memiliki cabang paling banyak yaitu Prata Waroeng 8 dan Putri Prata yang masing-masing memiliki 4 cabang, dan jhon Prata mendapatkan rating bintang paling tinggi yaitu 4.8.

Banyaknya usaha kuliner makanan prata yang berdiri di batam belakangan ini menandakan bisnis ini sudah menjadi daya Tarik untuk masyarakat batam saat ini, tapi tidak semua usaha Prata di daerah Batam menarik sesuai kebutuhan konsumen, ada banyak hal yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli atau berkunjung ke warung prata. Dalam situs kepri.com (2019) tempat makan prata enak di batam yang di rekomendasikan ada 5 tempat data tersebut bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Kepri.com

No	Nama Tempat	Lokasi
1	Prata Waroeng 8	Tiban Center
2	Amir Prata	Tiban Center
3	Amat Prata	Mega Legenda
4	Prata Cik Nur-Batam	Batam Kota
5	Prata Saudare Mare Sedap	Bengkong Nusantara

Sumber: Data Kepri.com (2021).

Dari data-data diatas tersebut Prata Waroeng 8 menjadi salah satu tempat makan prata yang sangat di sukai masyarakat Batam, sehingga peneliti menarik rumusan masalah yang teridentifikasi berdasarkan latar belakang yaitu Apakah ada pengaruh signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Prata Waroeng 8 cabang Tiban Center?

2. LANDASAN TEORI

Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Mohamad Yusuf Dana Mukti (2015) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). Hasil dari penellitian ini, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang besar antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan serta loyalitas konsumen, maka terdapat keterkaitan kualitas produk dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian kedua dilakukan oleh Sanny Hanjaya (2016) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. Hasil penelitian tersebut menjadi dasar pertimbangan untuk meneliti kualitas produk dan memahami pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Jackson R.S. Weenas (201) yang yang bertujuan untuk menganalisa pengaruh pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. Hasil penelitian tersebut dapat menjadi acuan bagi penelitian ini untuk meninjau kualitas produk terhadap pengaruhnya dengan keputusan pembelian konsumen.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (Hidayat, 2009). Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Jika mutu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan. Sedangkan Pengertian Kualitas Produk menurut (Kotler and Armstrong, 2004) adalah Sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Keputusan pembelian

Tabel 1.3 Tempat Makan Prata Rekomendasi Situs

Menurut Kotler & Keller (2008) keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengetahui masalah yang dihadapi, selanjutnya mencari informasi produk atau merek dan mengevaluasi masing-masing pilihan yang dapat menyelesaikan masalah tersebut sehingga mengarah pada keputusan pembelian. Tahap-tahap yang dilalui oleh konsumen yaitu Problem Recognition, Information Search, Evaluation of Alternative, Purchase Decision, Postpurchase Behavior. Pengalaman konsumen terhadap produk tersebut akan menentukan apakah konsumen tersebut akan melakukan pembelian kembali atau tidak.

Pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler, 2004). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

a. Proses Keputusan Pembelian

Proses keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen untuk menentukan suatu proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu produk. Proses tersebut merupakan sebuah penyelesaian masalah harga yang terdiri dari lima tahap Menurut Kotler (Dalam Lembang & Sugiono, 2010). Lima tahap proses keputusan pembelian tersebut adalah

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui maka konsumen akan serta memahami kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang samasama harus segera dipenuhi. Jadi pada tahap inilah proses pembelian itu mulai dilakukan.

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang telah mengetahui kebutuhannya dapat atau tidak dapat mencari informasi lebih lanjut jika dorongan kebutuhan itu kuat, jika tidak kuat maka kebutuhan konsumen itu hanya akan menjadi ingatan belaka. Konsumen mungkin melakukan pencarian lebih banyak atau segera aktif mencari informasi yang mendasari kebutuhan ini.

3) Penilaian Alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin, konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi beberapa merek alternatif dalam satu susunan pilihan.

4) Keputusan Pembelian

Jika keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian, dan cara pembelian. Pada tahap ini konsumen benar-benar membeli produk.

5) Perilaku setelah Membeli

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan, ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya, dan lain sebagainya.

b. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen

Terdapat indikator dari keputusan pembelian yaitu (Kotler, 2008):

- 1) Kemantapan pada sebuah produk
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Rekomendasi yang didapat dari orang lain
- 4) Melakukan pembelian ulang

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan selama bulan November-Desember 2020 di Prata Waroeng 8 Tiban Center. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket (Kuesioner), metode observasi serta dokumentasi. Mulyaningsih (2013) menyatakan bahwa populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan, atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti. penelitian ini dipilih dari populasi Prata Waroeng 8 yang telah lulus tahap *screening* terlebih dahulu dengan menggunakan *teknik random sampling* yaitu sebanyak 100 sampling.

Data Penelitian

A. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014) data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Malhotra, 2009). Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2014).

Instrumen penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penilaian dengan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif (Sugiyono, 2014). Pengukuran skala *Likert* menggunakan lima kategori dan masing-masing akan diberi bobot yang berbeda. Instrumen penelitian yang menggunakan skala *Likert* dapat dibuat dalam bentuk checklist yang berskala positif dengan jawaban yang diuraikan pada tabel sedangkan untuk skala bertingkat

negatif penskorannya adalah kebalikannya. Pemberian nilai ini digunakan untuk mengukur validitas dan reabilitas suatu instrumen, serta mencari hasil penelitian dalam model regresi (Sugiyono, 2014)

Validitas & Realibilitas

Uji coba instrumen berguna untuk mengetahui tingkat kesahihan dan kendala instrumen. Uji coba instrumen dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dan reabilitas merupakan ketentuan pokok untuk menilai suatu alat ukur. Uji coba ini dilakukan sebelum angket digunakan pada penelitian sesungguhnya. Cara untuk memperoleh data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan instrumen penelitian yang telah disusun diatas dasar kisi-kisi dari tiap variabel penelitian.

Teknik Analisis Data Penelitian

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak, teknik pengumpulan data menggunakan instrumen metode penelitian kuantitatif, analisa data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2014). Menurut Moleong (2002), pengertian analisis data merupakan suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

Analisis data dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

A. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam pengujian *statistic parametric* seperti analisis regresi.

2) Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk memastikan apakah data penelitian yang dimiliki sesuai dengan garis linier atau tidak.

3) Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan homoskedastisitas. *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

B. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis statistik yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Menurut

Siregar (2013), regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sehingga dapat ditaksir nilai dari variabel dependen (Y) jika independen (X) dapat diketahui atau sebaliknya dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

a = Intercept(nilai rata-rata Y jika X tetap)

b = Koefisien regresi (menunjukkan nilai rata-rata pertambahan Y jika X bertambah sebesar satuan 2)

X = Daya Tarik Produk

Y = Tingkat Kunjungan Konsumen

C. Uji Hipotesis

Pengujian adanya pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) memerlukan pengujian hipotesis atau pengujian signifikansi. Uji hipotesis akan membawa pada kesimpulan untuk menerima atau menolak hipotesis. Pengujian hipotesis berfungsi untuk melakukan generalisasi pada keadaan populasi penelitian. pengujian hipotesis berkenaan dengan penggunaan ukuran-ukuran statistik untuk menilai parameter populasinya. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini uji Hipotesis Parsial atau uji T.

D. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

A. Uji Asumsi klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah di dalam sebuah regresi variabel residual berdistribusi normal ataupun tidak. Data dapat dikatakan berdistribusi normal secara visualisasi jika data dalam gambar *P-Plot of Regression* mengikuti garis diagonal dan tidak menyebar (Liu, 2016). Uji Normalitas ini menggunakan *Kolmogrow-smirnov Goodness of Fit Test*, data dapat dikatakan berdistribusi normal jika angka signifikan uji *Kolmogrow-smirnov Sig.* > 0,05 dan data akan dikatakan tidak berdistribusi normal jika angka signifikan uji *Kolmogrow-smirnov Sig.* < 0.05.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dan grafik sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (One Sample Kolmogrow-smirnov Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95412928
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.054
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah (2021)

Gambar diatas menunjukkan bahwa nilai sig > 0,05 yaitu 0,2, maka bisa dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2) Hasil Uji linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan test for linearity pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (linearity) kurang dari 0,05.

diperoleh nilai signifikansi dari uji linearitasnya = 0,000 lebih kecil dari 0,05, karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variable kualitas produk dan keputusan pembelian terdapat hubungan linear secara signifikan

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual pengamatan satu dengan lainnya. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan 2 langkah yaitu secara grafik dan secara statistik, adapun hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah (2021)

Uji heteroskedastisitas dengan grafik Scatter-

Plot yang ada pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik –titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu dan tersebar diangka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Sedangkan pada uji statistik digunakan yang dilakukan dengan uji gletser yang bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variancedari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain. apabila nilai koefisien korelasi dari masing – masing variabel independen ada yang signifikan pada tingkat kekeliruan dibawah 5% maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikan pada tingkat kekeliruan berada diatas 5% maka mengindetifikasikan tidak adanya heteroskedastisitas. Berikut gambar Uji heteroskedastisitas melalui Uji gletser.

Gambar 4.3 Uji Gletser

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	1.998	1.091		1.831	.070
Kualitas Produk	-.016	.036	-.046	-.459	.647

Sumber: Data Diolah (2021)

Data pada Gambar diatas memperlihatkan hasil sig dari uji heteroskedastisitas lebih tinggi dari 0,05 yaitu 0,647, dapat dikatakan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas pada data tersebut.

B. Hasil Analisis Regresi linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh Kualitas Produk (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil analisis data, diketahui nilai constant (a) sebesar 5,03, sedang nilai kualitas produk (b/koefisien regresi) sebesar 0,582 sehingga persamaan regresinya yang diperoleh adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,03 + 0,582X$$

Persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 5,03 mengandung arti bahwa nilai konsistensi variable partisipasi adalah sebesar 5,03
- 2) Nilai koefisien regresi kualitas produk (X) sebesar 0,582 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kepercayaan, maka nilai keputusan pembelian (Y) bertambah 0,582. Koefisien regresi tersebut positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.

Berdasarkan pada nilai signifikan pada data diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variable keputusan pembelian (Y).

C. Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji t yaitu untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk uji signifikansi pengaruh variasi menu dan cita rasa digunakan uji-t atau uji parsial. Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel X terhadap Y. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang, sehingga pengujian menggunakan uji t dan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,988.

Gambar 4.4 Hasil Uji t Untuk Uji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Error Std.	Beta		
1	(Constant)	5.030	1.717		2.929	.004
	Kualitas Produk	.582	.056	.722	10.322	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} kualitas produk (X) 10,322 > 1,985, maka hipotesis diterima, sehingga kualitas produk di Prata Waroeng 8 mempengaruhi Keputusan pembelian.

D. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen kualitas produk (X) secara serentak terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).

Gambar 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.521	.516	1.964

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan data pada gambar di atas, diperoleh angka R² (R Square) sebesar 0,521 atau (52,1%) hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas kualitas produk (X) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) sebesar 52,1%.

4.2 Pembahasan Penelitian

Hasil Penelitian ini yang diperoleh dari hasil data kuesioner terhadap 100 responden menunjukkan

hasil bahwa kualitas produk waroeng prata berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Prata Waroeng 8Tiban Center, dan dengan hasil ini Ha diterima.

Dalam hal menjaga kualitas produk yang baik terhadap makanan Prata Waroeng 8 telah memperhatikan rasa makanan, kuantitas atau porsi pada makanan, variasi-variasi pada menu dan jenis makanan, menjaga cita rasa yang khas, higienitas pada bahan-bahan dan produk makanan dan selalu berinovasi pada produk-produknya, hal ini yang menyebabkan banyak konsumen memustuskan untuk membeli produk yang ada di Prata Waroeng 8. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan pada jurnal Lucky (2015) yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, promosi dan store atmosfir terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC Mega Mas Manado” dengan hasil yang menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai kualitas produk yang sesuai dengan tingkat keinginan pelanggan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk. Penelitian ini juga sesuai pendapat Kotler dan Keller (2008) hubungan kualitas produk dan keputusan pembelian merupakan hal yang vital, citra kualitas produk yang baik yang konsumen dapatkan dari pengalaman mereka menentukan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan pembahasan dan Hasil penelitian pada Prata Waroeng 8 dengan analisis data yang melibatkan 100 responden mendapatkan hasil dari uji validitas dan uji reabilitas menunjukkan bahwa kuesioner dari variabel independen dan variabel dependen sudah valid dan reliabel itu berarti kuesioner layak untuk dijadikan bahan suatu penelitian. Dari hasil uji asumsi klasik pada uji normalitas menunjukkan garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang berarti model memenuhi asumsi normal, sedangkan pada uji linieritas terlihat bahwa signifikansi data lebih besar dari 0,05 yaitu 0,153 yang berarti terdapat hubungan yang linear pada kualitas produk dan keputusan pembelian, berdasarkan uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik pada scatterplot mengalami penyebaran itu berarti dalam penelitian ini tidak mengalami heterokedastisitas. Dan berdasarkan hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dapat diketahui bahwa kualitas produk yang diberikan Prata Waroeng 8 Tiban Center sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen bisa dilihat dari hasil signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,00 dengan demikian Ha diterima dan hasil uji t yang memperoleh variabel (X) Kualitas Produk t_{hitung} 10,322 > t_{tabel} 1,988. Dan hasil uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan variable kualitas produk berpengaruh sebesar 52,1% terhadap keputusan pembelian konsumen.

5. KESIMPULAN

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

A. Kualitas produk Prata Waroeng 8 sudah cukup baik hal ini didasari dari hasil responden yang memberikan nilai positif pada produk Prata Waroeng 8 Tiban Center pada setiap indikator-indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Prata Waroeng 8 Tiban Center. Dengan begitu kualitas produk (X)

berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diterima.

B. Hasil yang signifikan dari responden diperoleh dari indikator-indikator kualitas produk yang dimiliki Prata Waroeng 8 Tiban Center dari kualitas rasa, ciri khas masakan dan variasi jenis menu makanan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada para responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Diab, Balqis. *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan)*. Diss. program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2009.
- Echdar, Saban. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Edi, Riadi. (2014). *Metode Statistik Parametrik & Nonparametrik*. Tangerang: Pustaka Mandiri,
- Gagic, S., Tesanovic, D., Jovicic, A. (2013), "The Vital Components of Restaurant Quality that Affect Guest Satisfaction". *TURIZAM*, Vol 17, No.4, 166-176.
- Malhotra, N.K., (2009). *Riset Pemasaran*. Edisi keempat Jilid 1. Jakarta: PT Indeks
<http://rais-gaffar-046.blogspot.com/2013/07/apa-itu-kuliner-dan-wisata-kuliner.html>
<https://batam.tribunnews.com/2020/02/29/mengenal-profil-dan-sejarah-batam-kota-terbesar-di-provinsi-kepulauan-riau?page=3>
<https://kepriau.com/tempat-makan-prata-di-batam-yang-enak/>
- Hani Handoko dan Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*,
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13*. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo.
- Martono, Nanang, dkk. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pres
- Meldarianda, R., & Lisan, H. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.
- Moelong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif Remaja Rosda Karya*: Bandung.
- Mulyatiningsih, Endang. 2013. *Metodologi Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2012. *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48(1), 124-131. Powell, Bob. 2000. *A Dynamic Analysis of Growth, Transportation, & Home Prices*. Research Paper.
- Rachmad Hidayat. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11 (1), 59-72
- Ridho, M. R., Simanjuntak, P., & Ningsih, D. (2018, October). PKM Ecommerce, Packaging Design Dan Manajemen Pemasaran Untuk Usaha Kuliner Kota Batam. In *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SEMNASITIK)* (Vol. 1, No. 1, pp. 692-699). Peter, p dan Olson, J. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat, Jilid 2. Erlangga. Jakarta
- Sangadji, E.M., & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sanjaya, Wina. 2013. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Bandung: Kencana.
- Santy, S. (2020). *Analisis Swot pada Rumah Makan Cihui Vegetarian untuk Meningkatkan Volume Penjualan* (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam). Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian KUANTITATIF Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group Jakarta.
- Soeharno, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007),
- Sugiarto, N. (2003). *Analisa biaya kualitas di PT Hakiki Donarta Surabaya* (Doctoral dissertation, Petra Christian University). Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2003. *Metode penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung