ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE), LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Study Kasus Pada Cak Sis Seafood Resto Jember)

Oleh

DEKY TITON TANTULAR

NIM 12.10.411.236

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: "Analisis Pengaruh Suasana Toko, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian". Penelitian ini bertujuan mengetahui : (1) pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian (3) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah Cak Sis Seafood Resto Jember dengan menggunakan 100 sampel dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner. Alat analisis yang data menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian diperoleh nilai koefisien variabel suasana toko, dengan arah positif serta $T_{hitung} > T_{tabel}$ (1,821 > 1,6611), variabel lokasi, dengan arah positif serta $T_{hitung} > T_{tabel}$ (2,702 > 1,6611), variabel kualitas produk dengan arah positif serta $T_{hitung} > T_{tabel}$ (3,770 > 1,6611), berpengaruh positif terhadap keputasan pembelian di Cak Sis Seafood Resto secara parsial. Dan hasil penelitian di peroleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ (19.278>3,0922) dan sig 0,000 hal ini menunjukan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : suasana toko, lokasi, kualitas produk

ABSTRACK

This study entitled: "Analysis of Effect of Atmosphere Stores, Location and Quality Products Buying Decision Against". This study aimed to: (1) the influence of the atmosphere of the store on purchasing decisions, (2) the effect of location on purchase decisions (3) the impact of product quality on purchase decisions. The object of this study is to Cak Sis Seafood Resto Jember using 100 samples in the study. The sampling technique used purposive sampling. The technique of collecting data using interviews and questionnaires. The analytical tool data using linear regression. Based on research obtained value coefficient shop atmosphere, with positive direction and Thitung> T table (1,821> 1,6611), variable locations, with positive direction and Thitung> T table (2,702> 1,6611), the variable quality of the product with positive direction and Thitung> T table (3,770 > 1,6611), positive effect on keputasan purchase in Cak Sis Seafood Resto partially. And research results obtained F count> (19.278>3,0922) and sig 0.000, this shows that the independent variable has a positive influence on purchase decisions.

Keywords: *shop atmosphere, the location, the quality of the product*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan usaha yang sangat pesat mendorong setiap pengusaha untuk membuatsuatu bentuk yang berbeda dari usaha yang lainnya, salah satunya adalah usaharestoran, yang tepatnya adalah usaha makanan siap saji, dalam hal ini memerlukan*system* penjualan yang effisien, lebih menarik dan keindahan, kebersihan, kerapianpelayanan, sehingga konsumen terkesan saat memasuki restoran tersebut.

Pada restoran kedepannya perlu diadakan komputerisasi dalam pelayananuntuk memilih *menu* makanan, harga makanan dan contoh makanan yanag di pesan,dan apabila ingin dikembangkan *computer* tersebut juga dapat digunakan untuk*internet* dan juga bermain *game*, sehingga restoran tersebut tampak *modern* dan lebihmenarik dan juga tampil beda, yang membuat konsumen lebih tertarik untukmengunjungi kembali restoran tersebut, untuk itu penulis mencoba membuat suatu*program aplikasi* pemesanan makanan menggunakan *client server* yang dapatmembantu dalam hal pemesanan makanan.

Bisnis restoran dan kafe hingga saat ini masih diyakini sebagai salah satubisnis yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan mampu bertahan dalamkondisi krisis. Sustainabilitas bisnis restoran dapat dilihat dalam tabel berikut iniyang menunjukkan pertumbuhan usaha restoran di Indonesia sejak tahun 2012 hingga 2015.

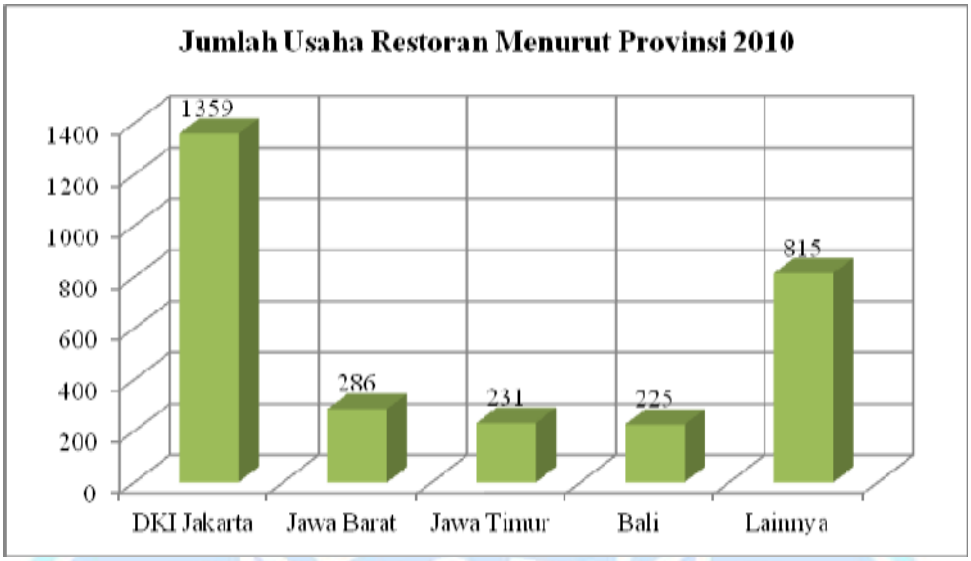
Tabel 1. 1 Perkembangan Usaha Restoran/Rumah makan Skala Menengah dan Besar 2012-2015

Tahun	Jumlah Restoran/Rumah Makan	Pertumbuhan (%)
2012	1.615	-
2013	2.235	38,39
2014	2.704	20,98
2015	2.916	7,84

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2010)
www.budpar.go.id

Meskipun mengalami penurunan, pertumbuhan usaha restoran di Indonesiacenderung positif pasca krisis ekonomi global 2008. Jumlah restoran di Indonesiatahun 2010 mencapai 2.916 restoran, bertambah sebanyak 212 restoran dibanding tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan semakin intensifnya persaingan dalam industri ini. Ditetapkannya Indonesia sebagai negara layak investasi oleh lembagapemeringkat internasional Fitch dan Moody pada akhir tahun 2011 akanmembangkitkan antusiasme investor asing untuk membangun bisnis di Indonesia,dan tak tertutup kemungkinan bahwa mereka akan mengembangkan usaha dibidang kuliner seperti restoran atau kafe.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik tahun 2010,jumlah restoran skala menengah dan besar terbanyak berdasarkan kategoriprovinsi terdapat di DKI Jakarta yang mencapai 1.359 unit usaha, dan diikuti olehJawa Barat (286 unit usaha) dan Jawa Timur (231 unit usaha). Jakarta sebagai ibukota negara menjadi pusat bisnis dan investasi yang potensial baik bagi investordomestik maupun dari luar negeri, khususnya bisnis restoran.



Gambar 1. 1 Jumlah Usaha Restoran di Indonesia Menurut Provinsi 2010
Sumber: Badan Pusat Statistik (2010)

Meskipun usaha restoran dianggap berprospek cerah karena pada dasarnyamakan adalah kebutuhan fisiologis manusia, banyak restoran yang gulung tikarakibat tidak mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggannya.Bisnis restoran sangat rentan, khususnya terhadap masalah konsistensi rasa,kualitas dan pelayanan.

Konsumen saat ini memiliki kekuatan tawar menawar yang besar, terutamakarena di industri ini telah banyak kompetitor-kompetitor yang memiliki potensidan kreativitas yang mampu menyajikan menu makanan dan pelayanan yangterdiferensiasi bagi konsumen sehingga konsumen memiliki beragam pilihankuliner yang memperbesar kemungkinan terjadinya *customer switching*.

Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gayahidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008)secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan memilih tersebut adalah tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah suasana toko (store atmosphere), lokasi dan kualitas pelayanan.Pengertian Store Atmosphere menurut Kotler, (2008:61) adalah suasana (amosphere) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di toko tersebut.

Penelitian Sheila (2013) yang berjudul "Analisis Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian", menunjukkan jika store atmosphere menyenangkan dan membuat nyaman maka akan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, begitu juga sebaliknya jika store atmosphere kurang membuat nyaman maka akan berpengaruh kurang positif terhadap keputusan pembelian.

Salah satu variabel atau faktor dari pemasaran jasa yaitu saluran distribusiatau lokasi tak luput pula memberikanandil dalam kesuksesan suatu perusahaan retail. Karena harus diakui bahwa konsumen atau calon konsumen akan sangatterbantu sekali apabila ketika mereka menginginkan suatu produk atau jasa makamereka menginginkan untuk sesegera mungkin menikmati produk atau jasa tersebut.Menurut Ujang Suwarman (2004:280),"Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja".

Widiastanto (2011) dengan judul penelitian "Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian", faktor lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Lokasi yang mudah dijangkau olehkonsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang paling tepat untuk membuka usaha, termasuk usaha warung makan. Sebelum seseorang /sekelompok orang memutuskan untuk makan di warung makan, mereka juga mempertimbangkan lokasi tempat makan tersebut. Sebagian orang memilih lokasi tempat makan yang dekat dengan rumah/kantor.

kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumer yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.Menurut Kotler and Amstrong (2008) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Penelitian oleh Nova (2013) menunjukan bahwa bila kualitas produk memuaskan maka akan berpengaruh positif pada keputusan pembelian dan sebaliknya bila kualitas produk kurang memuaskanatau tidak sesuai dengan keinginan maka akan berpengaruh negatif pada keputusan pembelian.

Biasanya dalam usaha restoran sulit untuk menentukan loyaltidaknya seorang pelanggan, karena konsumen cenderung selalu ingin mencobamenikmati menu baru yang ditawarkan. Hanya sedikit orang yang sepenuhnyaloyal pada satu restoran hingga restoran itu adalah satu-satunya yang mereka kunjungi. Restoran modern di Indonesia mengarah pada segmenkonsumen muda yang selalu ingin mencoba hal baru dan menjadikan restoranbukan hanya sekedar tempat memuaskan rasa lapar, tetapi sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi dengan teman, keluarga, atau kerabat lainnya.

Mutu dari makanan dan minuman yang di tawarkan kepada konsumen oleh para pengusaha cafe dan restoran, haruslah memiliki ciri khas, keunggulan dan variasi menu yang menarik bagi konsumen. Saat ini banyak sekali usaha cafe dan restoran yang telah memberikan penawarannya kepada konsumen dengan cara memberikan ciri khas terhadap usahanya, misalnya dengan memberikan nama atau membuat usaha tersebut di kenal sebagai cafe atau restoran yang menyajikan variasi menu minuman berupa kopi.

Usaha restoran di Jember saat ini juga semakin pesat, disebabkan karena kota Jember sendiri sekarang sedang berkembang. Banyaknya lahan kosong dimanfaatkan dengan baik oleh pengusaha restoran. Berikut adalah beberapa restoran besar yang ada di Jember :

Tabel 1. 2 Daftar Beberapa Restoran di Jember

No	Nama Restoran	Alamat
1	Restauran New Sari Utama	Jl. Hayam Wuruk 117 Jember Jl. Gajah Mada 27 Jember
2	Restauran Taman Salero	Jl. Sultan Agung No 1 Jember Jl. Wijaya Kusuma No. 60 Jember
3	Pujasera Jember	Jl. Hayam Wuruk Jember Jl. Lj. Panjaitan Jl. PB. Sudirman
4	Restauran Legian	Jl. Gajah Mada Jember
5	Restauran Taman Mangli Indah	Jl. Hayam Wuruk 183 Jember
6	Restauran Lestari	Jl. Kartini 16 Jember
7	Cak Sis Seafood Resto	Jl. Kartini No. 64 Jember

Sumber: Ageng Purnomosidi (2014)
www.cintajember.com

Dari tabel daftar beberapa restoran diatas dapat disimpulkan bahwa persaingan yang ada dikalangan pengusaha restoran di Jember cukup tinggi. Setiap tahun selalu bermunculan tempat makan (restoran) yang baru, yang membuat persaingan untuk bisnis makanan di Jember semakin tinggi. Hal ini disebabkan karena cukup banyak tersedianya lahan kosong yang ada di Jember, serta kemampuan para pengusaha melihat peluang yang ada untuk mendirikan usaha rumah makan/restoran di Jember sangat jeli.

Cak Sis Seafood Resto salah satunya, mampu melihat peluang dagang yang bagus untuk usaha makanan di Jember.Cak Sis Seafood Resto termasuk restoran baru di Jember tapi restoran ini mampu bertahan dan berkembang, bahkan sekarang Cak Sis Seafood Resto menjadi salah satu restoran besar di Jember.

Persaingan yang ada dengan segala penawarannya memberikan kelebihan tersendiri dalam menarik minat konsumennya. Cak Sis Resto dengan segala penawarannya dan keunggulannya dalam menarik minat konsumennya agar dapat meningkatkan profitabilitas bagi usahanya dan sekaligus memenuhi kebutuhan yang memadai bagi konsumennya. Strategi usaha di balik kesuksesan tersebut, harus tetap dapat dipertahankan dalam menghadapi persaingan dan juga harus mampu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, Serta memperoleh pangsa pasar. Salah satu cara yang dapat di lakukan oleh usaha Cak Sis Resto dalam menawarkan produknya kepada konsumen adalah dengan melihat posisi persaingan melalui pemahaman posisi *(image)* terhadap produk yang ditawarkan dengan cara melakukan riset terhadap penempatan produk atau *product positioning* yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. *Product positioning* adalah suatu strategi manajemen yang menggunakan informasi (dikumpulkan melalui riset dan studi segmentasi) untuk menciptakan suatu kesan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar yang di tuju atau pasarnya, swasta, (2003:99).

Produk merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia untuk mencukupi kebutuhannya, oleh karena itu Cak Sis Resto menyediakan makanan dan minuman dengan harga dan kualitas yang baik. Pelayanan yang diberikan Cak Sis Restomenjadikan perusahaan ritel ini semakin berkembang.Cak Sis menyediakan brosur untuk menawarkan beberapa produk dengan harga yang terjangkau murah sehingga hal tersebut menjadi menarik bagi konsumen untuk makan atau hanya sekedar minum nongkrong di Cak Sis.

Bagi usaha ini, lokasi yang strategis seringkali lebih penting dari pada faktor-faktoryanglain.Hal ini berarti bahwa pengusaha rela membayar biaya yang lebih besar untuk pemilihan lokasi dengan mengharapkan pendapatan besar sebagai akibat pemilihan lokasi yang tepat. Hal ini juga terjadi pada usaha ritel yang berdiri disekitar alun-alun kota, para pengusaha tidak peduli dengan harga sewa yang mahal karena dekat dengan alun-alun kota. Dengan mengaharapkan pendapatan yang besar karena potensi pasar yang besar dan dekat dengan berbagai infrastruktur.

Terdapat beberapa faktor dimana konsumen yang datang untuk makan atau hanya sekedar ngopi di Cak Sis sangat tinggi, yaitu seperti suasana toko, lokasi dan kualitas produk.Yang pertama adalah suasana toko,Setiap perusahaan memiliki cara masing-masing dalam penataan atmosfer toko. Hal ini dilakukan demi menciptakan kenyamanan bagi konsumen. Atmosfer bisa menjadi ciri khas yang membedakan perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

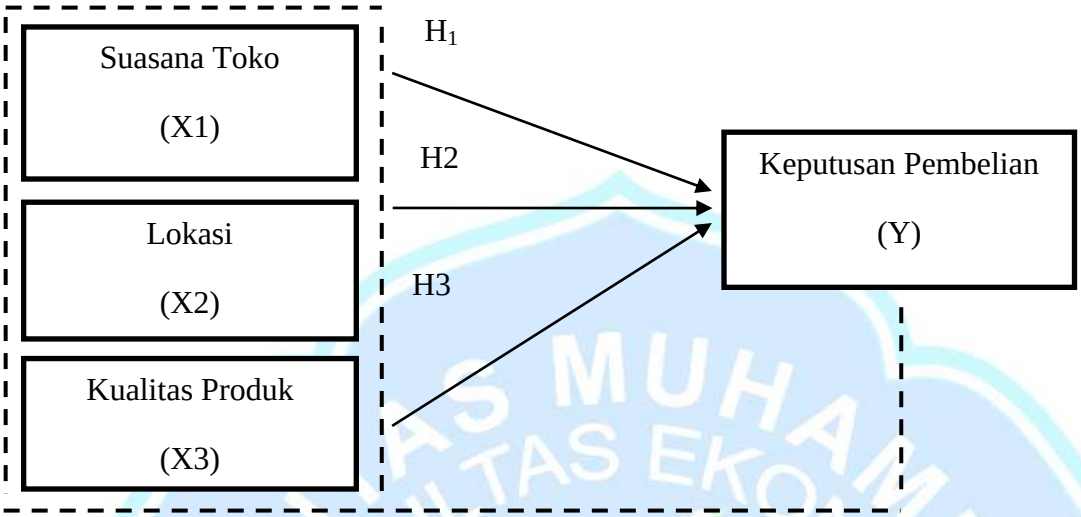
Lokasi merupakan letak atau toko pada daerah yang strategis sehingga dapat dengan mudah diakses oleh calon pembeli dan merupakan tempat dimana cafe atau restoran harus bermarkas melakukan kegiatan fisik, indikatornya adalah akses, misalnya lokasi cafe atau restoran mudah dijangkau sarana transportasi, visibilitas, yaitu lokasi atau tempat cafe yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, lalu lintas di sekitar lokasi cafe menyangkut dua pertimbangan utama berikut: banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying* dankepadatan serta kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan dilingkungan disekitarresto yang nyaman.

Hal yang harus diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen yakni penjual harus sanggup menjual kesan yang baik serta lokasi yang nyaman sebelum menjual barangnya, kesan yang dapat membentuk citra terhadap tokonya. Hal ini sesuai pendapat Sutisna(2001:64) bahwa suasana toko *(store atmosphere)* juga akan menentukan citra toko itu sendiri. Jika toko dilengkapi dengan pengaturan ruangan yang nyaman, penyejuk udara, dan artistik penggunaan warna cat dinding yang sejuk, semuanya menunjukkanadanya suasana toko yang berkelas. Dengan demikian SuasanaToko *(StoreAtmosphere*) dan lokasi yang tepat dapat menjadi sarana komunikasi yangpositif, menguntungkan dan memperbesar peluang untuk mempengaruhikeputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul **"Analisis Pengaruh Suasana Toko *(Store Atmosphere)*, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Beli Konsumen di Cak Sis Seafood Resto Jember".**

2. Kerangka Konseptual

Dengan mengacu pada kajian teori maka kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.3



Keterangan

→ = Parsial

- - - → = Simultan

Kerangka konseptual di atas menggambarkan hubungan dari Variabel Independen, dalam hal ini suasana produk (X1), lokasi (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap Variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

3. Definisi Operasional Variabel

Menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (2008:46), Definisi operasional merupakan unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caaranya mengukur suatu variabel, selain itu definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama.

Variabel yang digunakan untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini ada dua jenis, yakni variabel independen dan variabel dependen :

1. Variabel Dependen

   "Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, di mana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya" (Sumarwan, 2003, h.310). Selanjutnya Sumarwan (2003, h.289) mendefinisikan "keputusan konsumen sebagai suatu keputusan sebagai pemilikan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif".

   Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen sebagai pemilikan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif mengenai proses, cara, perbuatan membeli, dengan mempertimbangkan faktor lain tentang apa yang dibeli, waktu membeli, dimana membelinya serta cara pembayarannya. Adapun indikator – indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah:

a. Kemantapan dalam membeli
b. Pertimbangan dalam membeli
c. Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan

2. Variabel Independen
   a. Suasana Toko (X_1)

      Suasana toko adalahkegiatan mendesain lingkungan toko yang menarik dan memberikan kesan bagi konsumen di Cak Sis Seafood Resto Jember. Diukur dengan menggunakan 3 indikator:
      1) Exterior
      2) Interior
      3) Store Layout

   b. Lokasi (X_2)

      Lokasi adalah letak Cak Sis Seafood Resto Jember pada suatu daerah. Adapun indikator-indikator lokasi dalam penelitian ini adalah:
      1) Akses lokasi
      2) Tempat parkir yang luas dan aman.
      3) Lingkungan yang mendukung

   c. Kualitas Produk (X_3)

      Kualitas produk adalahkemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya di Cak Sis Seafood Resto Jember. Diukur dengan menggunakan 3 indikator:
      1) Rasa
      2) Penampilan
      3) Keistimewaan Tambahan

4. Populasi Penelitian

Sugiyono (2010:115) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, peneliti menjadikan konsumenCak Sis Seafood Resto Jember sebanyak 9720 orang pada tahun 2015sebagai populasi dalam penelitian.

5. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang dijadikan objek atau subjek dalam penelitian.Sugiyono (2010:116) menyatakan bahwa "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".Dalam pengambilan sampel penelitian sampel penelitian harus benar-benar representative, artinya sampel yang diambil harus dapat mewakili keseluruhan jumlah populasi yang ada.

Sugiyono (2010:131) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian, diantaranya sebagai berikut :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
3. Dalam penelitian mutivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian

4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eskperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et, al, 1960: 182) sebagai berikut:

$$\boldsymbol{n = \frac{N}{1 + ne^2}}$$

Dimana:
n : Jumlah sampel
N : Jumlah populasi
e : Batas toleransi kesalahan (eror tolerance)

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah nasabah Cak Sis Seafood Resto Tahun 2015 yang menjadi nasabah tetap sebesar 9720, dan tingkat kesalahan yang dihendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{9720}{1 + 9720(0{,}1)^2}$$

$= \frac{9720}{(9720\ X\ 0{,}01)+1}$

$= \frac{9720}{97{,}2+1}$

$= \frac{9720}{98{,}2}$ = 98,9 dibulatkan menjadi 99

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian di Cak Sis Seafood Resto adalah sebesar 99 nasabah.

6. Teknik Analisis Data

6.1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2009). Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk atau variabel. Apabila korelasi masing-masing skor pertanyaan dengan skor total menunjukkan hasil yang signifikan atau kurang dari α = 0,05 maka kuisioner dikatakan valid

b. Uji Realibilitas

Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Uji reliabilitas ini digunakan tehnik Cronbach Alpha, dimana instrument dapat dikatakan handal bila Cronbach Alpha di atas 0,6. Dalam hal ini digunakan rumus alpha dengan menggunakan software SPSS versi 20.

6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana variabel independen yang memengaruhi variabel dependen.

Pertama akan dianalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dimana variabel independen sebagai faktor yang memengaruhi pembelian yang diasumsikan sebagai (Y). Berikut formulasi regresi linear berganda pada penelitian ini :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 - b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

Dimana:

Y : Keputusan pembelian
a : Konstanta
$b_{1,2,3,}$: Koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2, X_3
X_1 : Suasana Toko
X_2 : Lokasi
X_3 : Kualitas Produk
e : Standart Error

7. Uji Asumsi Klasik

7.1 Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui model persamaan regresi linier berganda tersebut apakah telah memenuhi syarat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE), maka harus diadakan pengujian untuk memenuhi asumsi klasik, pengujian asumsi klasik adalah ujin normalitas, uji multikolinearitas, uji hehreroskedasitas, dan uji autokolerasi. Model persamaan regresi linier berganda datanya berdistribusi normal dan tidak terjadi multikolinearitas, heterokedasitas, autokolerasi (Ghozali, 2005)

7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk apakah model regresi (3.1) dan (3.2) terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika *variance* berbeda disebut heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu vertikal, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak terjadi heterokedastisitas, maka dilakukan transformasi dalam bentuk model regresi dengan cara membagi antara model regresi dan salah satu variabel independen yang digunakan dalam model tersebut. (Ghozali, 2006:105)

7.3 Uji Normalitas

Adalah model regresi variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal. Cara mendeteksi yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-Plot Of Regression Standarized*.

8. Uji Hipotesis

8.1 Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan dengan menggunakan uji F (Ghozali,2006). Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H1 diterima. Sedangkan untuk menghitung tabel distribusi F dicari pada α = 5%, dengan derajat kebebasan (df) df1 k-1 atau 6-1=5, dan df2 n-k atau 99-6 = 93. Hasil dari perhitungan statistik pada tabel 4.4.2.1 menunjukkan nilai signifikansi hitungsebesar 0,000. Dengan menggunakan batas taraf signifikansi 0,05, maka hipotesis yang menyatakan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh signifikansi terhadap kepuasan nasabah secara simultan diterima.

Tabel 4.19
Hasil Uji F

No	Kriteria		Keterangan
1	F hitung (19.278)	F tabel (3,0922)	**Signifikan**
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05)	**Signifikan**

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (19,278>3,0922) makasuasana toko, lokasi dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan diterima.

8.2 Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan secara parsial (Ghozali,2006). Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikan (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Sedangkan untuk menentukan tabel distribusi t dicari pada α = 5%, dengan derajat kebebasan (df) n-k atau 99-6 = 93.

Tabel 4.20
Uji t

No	Uji t					Keterangan
	Variabel	**Signifikansi Hitung**	**Taraf Signifikansi**	**t hitung**	**t tabel**	
1	Suasana Toko	0,000	0,05	1,821	1,6611	**Signifikan**
2	Lokasi	0,002	0,05	2,702	1,6611	**Signifikan**
3	Kualitas Produk	0,001	0,05	3,770	1,6611	**Signifikan**

Dari tabel 4.20, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

a. Hasil uji suasana toko mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (1,821)> t tabel (1,6611) yang berarti bahwa hipotesis suasana toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa suasana toko mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik suasana toko akan berdampak pada semakin meningkatnya keputusan pembelian.

b. Hasil uji lokasi mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,002 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,702)> t tabel (1,6611) yang berarti bahwa hipotesis lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik lokasi akan berdampak pada semakin meningkatnya keputusan pembelian.
c. Hasil uji kualitas produk mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,770)> t tabel (1,6611) yang berarti bahwa hipotesis kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik kualitas produk akan berdampak pada semakin meningkatnya keputusan pembelian.

9. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan ketiga variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik suasana toko, lokasi dan kualitas produk maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian sacara parsial.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (1,821)> t tabel (1,6611) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa suasana toko mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian di Cak Sis Seafood Resto. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Asmarina (2013) yang menyatakan ada pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sacara parsial.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,002 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,702)> t tabel (1,6611) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Cak Sis Seafood Resto. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Adkha (2011) yang menyatakan ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

c. Pengaruh kualitas produkterhadap keputusan pembelian secara parsial.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,770)>

t tabel (1,6611) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa adakualitas produk terhadap keputusan pembelian di Cak Sis Seafood Resto. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Adkha (2011) dan Pratiwi (2013) yang menyatakan ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

10. Kesimpulan dan Saran

10.1 Kesimpulan

Dengan pengujian secara statisitik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Suasana toko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cak Sis Seafood Resto Jember. Suasana toko yang bagus dan nyaman akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian.
b. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cak Sis Seafood Resto Jember. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau merupakan faktor utama konsumen atau pelanggan dalam melakukan pembelian.
c. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cak Sis seafood Resto jember. Kualitas produk yang baik seperti rasa dan kebersihan dari produk tersebut akan menentukan keputusan pembelian.

10.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan kepada Cak Sis Seafood Resto dari penelitian ini, yaitu hendaknya perusahaan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian lebih menitikberatkan pada suasana toko, dilihat dari hasil pengolahan data yang dapat dilihat melalui kuisioner yang telah diisi oleh konsumen Cak Sis Seafood Resto tersebut diperoleh data bahwa peranan suasana toko mempunyai pengaruh lebih kecil dari lokasi dan kualitas produk, sehingga lebih memperhatikan suasana toko diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Adapun yang perlu diperhatikan oleh Cak Sis Seafood Resto Jember terkait aspek-aspek suasana toko yang mengacu pengisian kuisioner oleh konsumen Cak Sis Seafood Resto Jember meliputi:

a) Perbaikan tata letak di Cak Sis seafood Resto
b) Penambahan fitur-fitur interior dan eksterior
c) Pengadaan free wifi

10.3 Rekomendasi

Beberapa penelitian yang dilakukan dengan judul yang sama dengan yang dipakai peneliti berusaha melakukan kajian tentang analisis suasana toko, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Tetapi penelitian-penelitian sebelumnya memperoleh hasil

yang berbeda-beda sehingga perlu adanya penelitian kembali yang mengkaji tentang analisis suasana toko, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian lebih lanjut hendaknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga dan promosi.