

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
LAYANAN, HARGA DAN *ATMOSPHERE LAYOUT* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Study Kasus Pada Radio *Café* Jember)

**Oleh :**

**HENNY PUSPITASARI**

**NIM. 1210411099**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan *Atmosphere Layout* terhadap keputusan pembelian di Radio *Café* Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), harga (X3), dan *Atmosphere Layout* (X4) terhadap keputusan pembelian (Y), dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu kuisioner terhadap 100 responden dengan menggunakan tehnik purposive sampling, berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan *Atmosphere Layout* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) dengan arah positif. Hasil uji hipotesis didapat bahwa kualitas produk, kualitas layanan, harga dan *Atmosphere Layout* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Radio *Café* Jember.

**Kata kunci :** kualitas produk, kualitas layanan, harga, *Atmosphere Layout* dan keputusan pembelian

### **ABSTRACT**

*This study entitled "Analysis of the influence of product quality, service quality, price and Atmosphere Layout on purchasing decisions at Radio Café Jember". This study aims to determine the effect of product quality (X1), quality of service (X2), price (X3), and Atmosphere Layout (X4) on purchase decisions (Y), in this study the data collected by the tools questionnaire to 100 respondents using purposive sampling technique, based on the results of multiple linear regression analysis showed that the product quality, service quality, pricing, and Atmosphere Layout partial significant influence on purchase decisions (Y) with the positive direction. Hypothesis test results obtained that the quality of products, quality of service, price and Atmosphere Layout partially significant effect on purchasing decisions at Radio Café Jember.*

**Key words:** *product quality, service quality, price, Atmosphere Layout and purchasing decisions.*

## 2. Pendahuluan

Seiring dengan semakin majunya peradaban, kehidupan dan budaya manusia serta berkembangnya arus globalisasi menimbulkan adanya pergeseran nilai budaya dari masyarakat sosial menjadi cenderung lebih individual. Kesibukan yang padat dan mobilitas yang tinggi membuat masyarakat perkotaan membutuhkan suatu tempat untuk melepas kepenatan setelah melakukan rutinitas sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan untuk melepas kepenatan itu biasanya dengan bersantai makan, minum, mendengarkan musik ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang dengan kerabat atau teman-teman komunitasnya (Widha Emil Lutfia,2012).

Pada kehidupan manusia pasti akan mengalami perubahan, baik dibidang politik,ekonomi,sosial,budaya,dan juga berpengaruh terhadap pola perilaku persaingan bisnisnya. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis.Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler,Keller 2009:9).

Persaingan bisnis didunia usaha mendorong perusahaan dapat menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya,apabila perusahaan mampu menjaring pelanggan sebanyak – banyaknya, maka perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar pula. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan pelanggan untuk memilih suatu tempat yang sesuai dengan harapannya.berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing.Munculnya *café* diberbagai kota besar rupanya tidak hanya menguntungkan sipemilik melainkan fenomena sosial dan budaya. *Café* bukan sekedar tempat untuk tempat minum teh,kopi dan menyantap makanan ringan sembari melepas kejenuhan dan melewatkan waktu, para pencinta *café* yang rutin berkunjung ke *café-café*, melihat ada banyak peluang dan manfaat yang dapat mereka dapatkan saat berkunjung ke *café*. Mereka menjadikan *café* sebagai tempat berkumpul, bersosialisasi, berkencan, bertukar pikiran, berbisnis, memperluas jaringan dll. Hal ini semakin menarik minat para pelaku bisnis untuk merambah bisnis *café* (David Harianto, 2009).

Kualitas Produk Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler Philip 2005:448). Definisi dari kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau

kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Baik buruknya kualitas dinilai oleh pelanggan yang berdasarkan persepsi pelanggan. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa.

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived servise*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected servise*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap (Kotler, 2005).

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sekumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha, 2003). Harga adalah jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual (Tjiptono, 2002). Harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran dan satu - satunya yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Dalam hal ini penetapan dan persaingan harga merupakan salah satu strategi penting dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis. (Kotler, 2008:345).

*Atmosphere layout* merupakan fasilitas fisik yang penting dan tidak dapat dipisahkan yang mana hal tersebut merupakan faktor penentu dalam mendominasi pangsa pasar yang diinginkan oleh perusahaan, karena penguasaan pangsa pasar dicapai apabila perusahaan mendapat kedudukan yang baik sehingga dapat menciptakan citra perusahaan bagi para konsumennya (Utami, 2010). Hasil penelitian dari Turley dan Ronald (2000) membuktikan bahwa suasana dapat mempengaruhi ketika konsumen berada didalam ruangan dan mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian. Mowen (2002) menjelaskan bahwa *atmosphere layout* berhubungan dengan para manajer melalui rancangan desain bangunan, ruang *interior*, tata ruang, lorong-lorong, tekstur karpet dan dinding, bau, warna, bentuk, dan suara yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Menangkap peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis *food services* melirik usaha *radio cafe*. Dimana kehadiran *radio cafe* ini dinilai yang paling sesuai dengan trend dan gaya hidup anak muda saat ini. Suasana *cafe* yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi masyarakat

untuk memilih *cafe* sebagai tempat untuk *refreshing*, *hang out*, dan berkumpul dengan teman atau kerabat. (Widha Emil Luthfia,2012).

Di Kabupaten Jember sendiri *cafe* menjadi junjungan bagi banyak orang yang ingin bersantai sejenak melepas penat ataupun berkumpul bersama teman,kerabat, maupun rekan kerja dan lain-lain untuk sekedar makan ataupun minum. Banyaknya *café* yang terus bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produk makanan minuman membuat semakin semaraknya persaingan dalam bisnis kuliner ini di Jember. Mulai dari pengemasan yang sederhana hingga dikemas yang mewah,berkelas dan sangat menarik. Salah satu hal yang dapat menimbulkan bermunculannya jenis usaha ini adalah makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap orang. Semua orang pasti membutuhkan makan dan minum serta gaya hidup masyarakat yang selalu berubah-ubah dan untuk berkegiatan kumpul-kumpul ditempat santai yaitu seperti *Café*. Pesatnya pertumbuhan usaha *Café* di Jember, khususnya pada area perkotaan seperti banyaknya kantor-kantor,wiraswasta ,pertokoan dan lain-lain.

Radio *Cafe* Jember merupakan usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang wajib memberikan makanan dan minuman yang berkualitas serta layanan yang baik untuk para konsumen merasa nyaman saat menyantap segala hidangan yang ditawarkan. Di Radio *Café* ini adalah tempat untuk berkumpul para karyawan, mahasiswa ataupun pemuda lainnya yang hanya sekedar makan ataupun minum,dengan demikian diharapkan jumlah konsumen terus meningkat dan konsumen merasa puas terhadap hidangan dan layanan di Radio *Café* Jember. Radio *Cafe* terletak di kota Jember tepatnya Jl.Kartini no.25 Jember yang berdiri tanggal 25 Desember 2009. semenjak 6 tahun yang lalu hingga sekarang Radio *Cafe* Jember terus mengembangkan bisnisnya.

Radio *cafe* Jember tidak hanya digunakan untuk tempat bersantai melepas lelah, tempat bersosialisasi, melainkan juga dijadikan sarana untuk suasana yang lebih serius seperti bertemu rekan bisnis ataupun melakukan pekerjaan,meeting room, tugas-tugas kuliah bagi mahasiswa dan pelajar. Hal ini semakin menarik minat para pelaku bisnis untuk merambah bisnis Radio *cafe*. Untuk dapat bertahan dan berkembang, pengelola bisnis Radio *Café* dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk, pelayanan, harga dan *atmosphere layout* dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak akan dapat bertahan hidup. Dalam kondisi ini hanya usaha Radio *Café* yang memiliki daya saing tangguh yang akan mampu bertahan hidup dan berkembang.

Selain keunggulan bersaing, strategi pemasaran yang efektif harus menjadi perhatian yang meliputi upaya mendatangkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dimana mempertahankan pelanggan yang sudah ada menjadi prioritas,karena lebih mudah mempertahankan pelanggan

yang sudah ada daripada mendatangkan pelanggan baru. Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan dalam menumbuhkan keputusan pembelian dan akhirnya melakukan keputusan pembelian itu tidak mudah karena banyak faktor yang mempengaruhinya baik dari faktor internal atau dari dalam diri konsumen maupun dari pengaruh eksternal yaitu rangsangan dari luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu dicermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. (Kotler, 2001). Seiring berjalannya usaha Radio *café* Jember selama enam tahun, telah mengalami pasang surut pengunjung pengunjung yaitu pada periode tahun 2014-2015. Berikut data dan grafik pengunjung Radio *Café* Jember periode 2014-2015 :

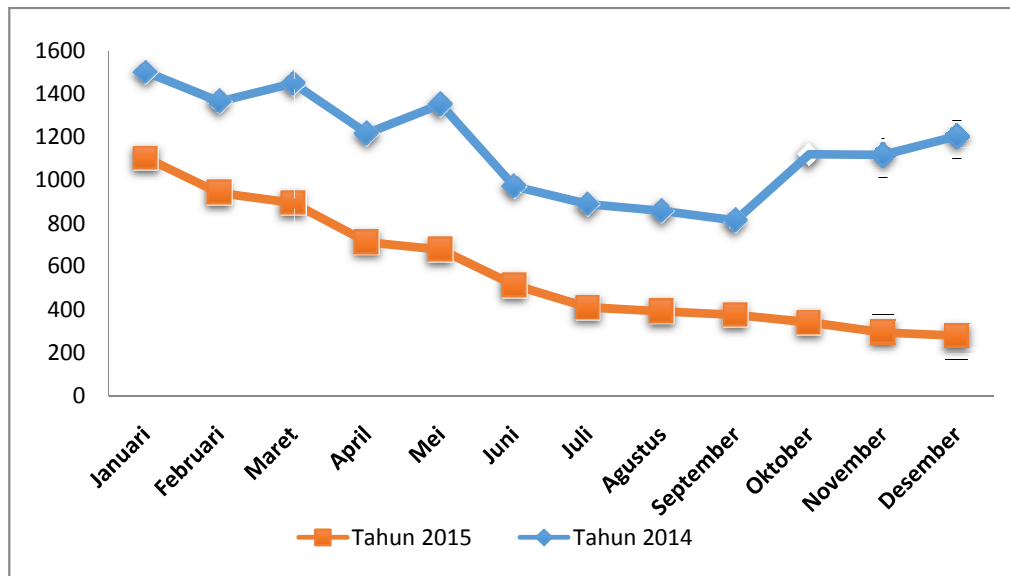
Tabel 1.3

Berikut adalah data pengunjung Radio *Cafe* Jember periode tahun 2014 - 2015 :

Bulan	Tahun 2014	Tahun 2015
Januari	1503	1105
Februari	1365	941
Maret	1450	894
April	1218	713
Mei	1352	678
Juni	971	513
Juli	889	410
Agustus	857	392
September	813	375
Oktober	1120	340
November	1117	295
Desember	1204	279

Sumber : *Data Radio Café Jember*

Tabel 1.4  
Grafik Pengunjung Radio *Café* Jember bulan Januari-Desember periode tahun 2014-2015



Sumber :Radio *Café* Jember tahun 2014- 2015

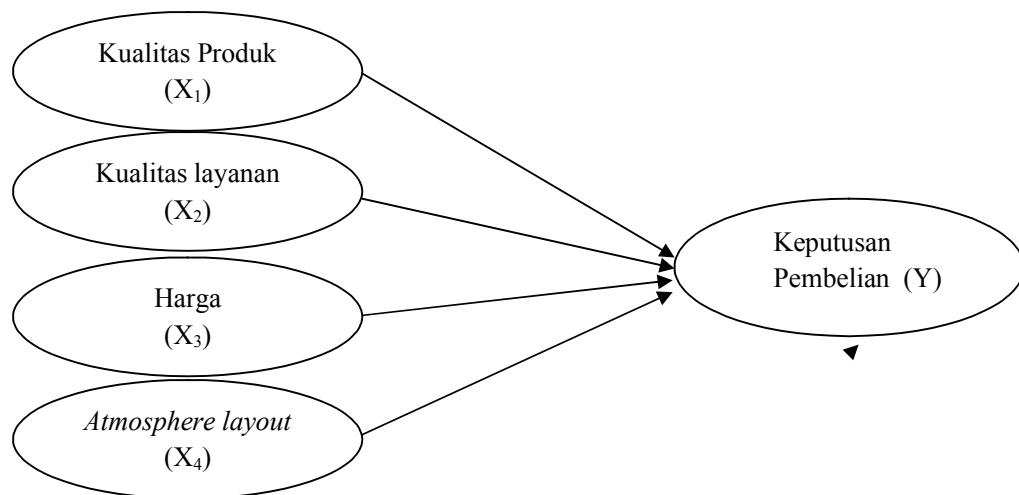
Berdasarkan tabel 1.3 dan 1.4 menunjukkan data Pengunjung Radio *Café* Jember selama tahun 2014 – 2015 mengalami fluktuasi dimana setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan. Pada bulan Januari 2014 terjadi kenaikan pengunjung (1503) dikarenakan terselenggaranya event *e-zone mild* yaitu event dari PT.Sampoerna Tbk, yang sedang mengadakan lomba seperti lomba festival musik band dan *stand up comedy* serta bagi-bagi *doorprice* dengan mengumpulkan semua komunitas kota Jember. Pada bulan februari-Mei 2014 (1365-1352) pengunjung kembali stabil.Pada bulan Juni-September 2014 (971-817) mengalami penurunan pengunjung dikarenakan memasuki bulan suci ramadhan, idul fitri,liburan sekolah dan mahasiswa. Di bulan Oktober (1120) pengunjung mulai meningkat seiring dengan kembali aktifnya mahasiswa dan anak sekolah. Kemudian Pada Bulan Desember terjadi kenaikan pengunjung (1204) dikarenakan adanya *workshop matrix colour* dan *workshop latulip* yang terselenggara di Radio *café* Jember. Penurunan yang begitu drastis dialami pada tahun 2015, dimana setiap bulannya mengalami fase penurunan pengunjung. Persaingan yang ketat disetiap bidang usaha membuat suatu perusahaan mengalami sebuah kenaikan maupun penurunan pengunjung,bisa juga disebabkan oleh dampak keragaman menu dan kualitas menu yang ditawarkan, kualitas layanan,harga yang mungkin dianggap kurang terjangkau, dan *Atmosphere layout* Radio *Cafe* mungkin dirasa kurang menarik konsumen. Banyaknya pesaing *Cafe* di jember maka dirasa perlu bagi pihak manajemen Radio *Cafe* untuk memperhatikan atas dasar apakah konsumen datang ke Radio *Cafe*. Dengan

demikian untuk meningkatkan dan perkembangan bisnis *Radio Cafe* maka pebisnis harus benar – benar mengetahui apakah pengaruh yang paling penting dalam pembelian konsumen.

### 3. Metode Penelitian

Ada dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

- Diduga terdapat pengaruh secara parsial pengaruh variabel kualitas produk, variabel kualitas layanan, variabel harga, dan variabel *atmosphere layout* terhadap keputusan pembelian *Radio Cafe* Jember.
- Diduga variabel harga yang dominan antara variabel kualitas produk, variabel kualitas layanan, variabel harga, dan variabel *atmosphere layout* terhadap keputusan pembelian *Radio Cafe* Jember.



Gambar 3.1 : Kerangka Kousep Penelitian

Sumber: jurnal dan skripsi yang dikembangkan untuk penelitian

Keterangan       $\longrightarrow$  : Pengaruh secara Parsial

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang terjadi. Hipotesis harus dibuktikan kebenarannya, berdasarkan pada permasalahan yang telah diteliti. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan *Atmosphere layout* (Arikunto, 2010:45). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengunjung *Radio Cafe* Jember. penelitian ini sebanyak besaran sampel ditentukan sebanyak 25 kali variable independen. Dalam penelitian ini digunakan empat variabel independen, maka 25 variabel independen dikali 4 variabel independen sama dengan 100 responden, sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu sejumlah 100 responden.



Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis Regresi Linier Berganda  
Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang signifikan variabel bebas tersebut digunakan analisis regresi linier dengan formulasi (J. Suprpto, 2001: 2004)
- b. Uji t  
Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

- a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 16,00 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients B	T Hitung	T table	Sig	$\alpha$	keterangan	
(Constant)	4.860	-			-		
Kualitas Produk (X1)	0.240	2.505	> 1.665	.005	< 0,05	Signifikasi	
Kualitas Produk (X2)	0.421	4.560	> 1.665	.001	< 0,05	Signifikasi	
Harga (X3)	0.477	5.530	> 1.665	.020	< 0,05	Signifikasi	
Atmosphere Layout (X4)	0.212	3.292	> 1.665	.000	< 0,05	Signifikasi	
Adjusted R Square = 0.851				F.Hitung = 47.217			
Sig.F = 0,000							

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 16.00

Berdasarkan koefisien regresi, maka persamaan regresi yang dapat dibentuk adalah:

$$Y = 4,860 + 0,240 X_1 + 0,421 X_2 + 0,477 X_3 + 0,212 X_4$$

1. Nilai Konstanta sebesar 4,860, menunjukkan besarnya keputusan pembelian pada kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan *atmosphere layout*
2.  $b_1 = 0,240$  artinya meningkatnya kualitas produk per 0,240 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian apabila kualitas layanan, harga dan *atmosphere layout* sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti semakin baik kualitas produk akan berdampak pada semakin

baiknya keputusan pembelian dengan asumsi kualitas layanan, harga dan *atmosphere layout* konstan.

3.  $b_2 = 0,421$  artinya meningkatnya kualitas layanan per 0,421 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian apabila kualitas produk, harga, dan *atmosphere layout* sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti semakin baik kualitas layanan akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian dengan asumsi kualitas produk, harga dan *atmosphere layout* konstan.
4.  $b_3 = 0,477$  artinya meningkatnya harga per 0,477 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian apabila kualitas produk, kualitas layanan, dan *atmosphere layout* sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti semakin baik harga akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian dengan asumsi kualitas produk, kualitas layanan dan *atmosphere layout* konstan.
5.  $b_4 = 0,212$  artinya meningkatnya harga per 0,212 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian apabila kualitas produk, kualitas layanan, dan harga sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa *atmosphere layout* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti semakin baik *atmosphere layout* akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian dengan asumsi kualitas produk, kualitas layanan dan harga konstan

a. Uji t

Berdasarkan hasil analisis regresi linear (dalam hal ini untuk menguji pengaruh secara parsial) diperoleh hasil yang dapat dinyatakan berikut :

- a. Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai t hitung 2,505 > t tabel 1,665 dan signifikansi  $0,005 < 0,05$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial variabel kualitas pembelian berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember . T hitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel kualitas produk maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
- b. Variabel kualitas layanan (X2) memiliki nilai t hitung 4,560 > t tabel 1,665 dan signifikansi  $0,001 < 0,05$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial variabel kualitas pembelian berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember . T hitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel kualitas produk maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
- c. Variabel Harga (X3) memiliki nilai t hitung 5,530 > t tabel 1,665 dan signifikansi  $0,020 < 0,05$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial variabel kualitas pembelian berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember . T hitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel kualitas produk maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

- d. Variabel *atmosphere layout* (X4) memiliki nilai t hitung  $3,292 > t$  tabel  $1,665$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial variabel kualitas pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember. T hitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel kualitas produk maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

#### 4. Pembahasan

Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linear berganda, menunjukkan pengaruh variabel bebas ( kualitas produk, kualitas layanan, harga dan *atmosphere layout* ) terhadap variabel terikat ( keputusan pembelian ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian pada Radio *Café* Jember.

Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, harga dan *atmosphere layout* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Radio *Café* Jember dengan arah positif. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dinyatakan “ada pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan *atmosphere layout* terhadap keputusan pembelian pada Radio *Café* Jember” adalah diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa jika kualitas produk, kualitas layanan, harga dan *atmosphere layout* memiliki nilai positif, maka akan memberikan pengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian pada Radio *Café* Jember.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

##### 4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel Kualitas produk sebesar  $0,240$  atau  $24\%$  dengan arah positif. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar  $0,005$  dan lebih kecil dari  $0,05$  dan t hitung ( $2,505 > t$  tabel ( $1,665$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember.

##### 4.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel Kualitas layanan sebesar  $0,421$  atau  $42,1\%$  dengan arah positif. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar  $0,001$  dan lebih kecil dari  $0,05$  dan t hitung ( $4,560 > t$  tabel ( $1,665$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial

variabel Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember.

#### **4.2.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel Harga sebesar 0,477 atau 47,7% dengan arah positif. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,020 dan lebih kecil dari 0,05 dan  $t$  hitung (5,530) >  $t$  tabel (1.665), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember.

#### **4.2.5 Pengaruh *Atmosphere Layout* terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel *Atmosphere Layout* sebesar 0,212 atau 21,2% dengan arah positif. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh *Atmosphere Layout* terhadap Keputusan Pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan  $t$  hitung (3,292) >  $t$  tabel (1.665), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial variabel *Atmosphere Layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Radio *Café* Jember.

## **5. Kesimpulan Dan Saran**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin meningkatkan kualitas produk maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.
- b. Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin meningkatkan kualitas layanan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian
- c. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin meningkat harga maka semakin meningkatkan keputusan pembelian
- d. *Atmosphere layout* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin meningkat *Atmosphere layout* maka semakin meningkatkan keputusan pembelian

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan

manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

- a. Pihak pengelola Radio *Café* Jember diharapkan dapat lebih meningkatkan dan mengembangkan kualitas produk yang ada, sehingga pelanggan tetap tertarik dan menetapkan keputusan pembelian berdasarkan keunggulan kualitas produk yang ada.
- b. Pihak pengelola Radio *Café* Jember diharapkan mempertahankan, lebih mengawasi dan mengevaluasi karyawan yang meliputi pelayanan dan karakteristik pelanggannya. Seharusnya karyawan Radio *Café* lebih memberikan pelayanan yang optimal, agar pelanggan merasa puas dan nyaman serta dapat merangsang pelanggan untuk kembali melakukan pembelian di Radio *Café* Jember.
- c. Pihak pengelola Radio *Café* Jember diharapkan dapat mempertahankan dan lebih mengevaluasi dan menyesuaikan harga yang ditawarkan sehingga pelanggan akan lebih tertarik dan menetapkan keputusan pembelian dalam membeli produk yang ditawarkan.
- d. Pihak pengelola Radio *Café* Jember diharapkan dapat mempertahankan dan lebih mengembangkan dan membentuk *Atmosphere Layout* yang sesuai dengan harapan pelanggannya dengan menyediakan meja, kursi dan lampu aksesoris yang nyaman untuk bersantai dan menikmati suasana lingkungan yang ada.

### 5.3 Rekomendasi

Rekomendasi pada penelitian ini perlu dilakukan pengembangan karena nilai  $R^2$  0,852 atau 85,2% dan sisanya 0,148 atau 14,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini sebagai contoh : atribut dan *marketing mix*. Berdasarkan hal tersebut perlu adanya pengembangan penelitian berkaitan dengan variabel yang digunakan sebagai indikator (Variabel bebas).

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikuntoro, Suharsimi. 2006. *Manajemen Penelitian*. PT.Rineka Cipta. Jakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta.
- Basu dan Irawan.2003. **Manajemen Pemasaran Moderen Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas**. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Benny,Arfanda.2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone*.Jember
- Bungin, Burhan. 2005. *Metedologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama,Cetakan Pertama,Prenada Media,Jakarta.
- David, Harianto. 2009. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Imange, Dan Atmosphere Layout Terhadap Loyalitas Konsumen*. Surabaya.
- Emil Luthfia,Widha.2012.*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada Coffe Shop*. Tembalang.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, penerbit C.V ANDI OFFSET edisi II Yogyakarta.
- Ferdinand, August. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi kedua. Badan Penerbit.
- Gujarati dan Porter (2009). *Dasar – Dasar Ekonometrika*. Jakarta : Salemba empat.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Undip.
- Ghozali,Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Undip.
- Ika Putri Iswayanti ,2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Soto Angkring*. Semarang