

PAPER NAME

Pengaruh Varian Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Catering Bina Cakra

AUTHOR

FAHREZA BAYU

WORD COUNT

7141 Words

CHARACTER COUNT

44845 Characters

PAGE COUNT

56 Pages

FILE SIZE

1.2MB

SUBMISSION DATE

Jan 24, 2023 9:14 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 24, 2023 9:15 AM GMT+7

● **59% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 57% Internet database
- 20% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 38% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Small Matches (Less than 15 words)
- Manually excluded sources

BAB 1

19

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis akhir-akhir ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, kondisi yang demikian tak heran menciptakan persaingan yang semakin ketat dan tajam. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan pelanggan dengan membuat produk-produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen (Herdina, 2013).

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain khususnya yang bergerak pada bidang kuliner. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggannya, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menumbuhkan minat konsumen.

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang berkomitmen untuk meningkatkan penjualannya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan pesaingnya adalah memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan melalui penyampaian produk dan berbagai macam varian menu dengan memberikan pelayanan jasa yang berkualitas. Perkembangan dunia kuliner yang semakin pesat, menjadi ladang bisnis yang

menarik minat banyak orang. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan utama (primer) manusia.



Gambar 1.1

Sumber: www.dataindustri.com

Dilansir melalui data industri menunjukkan perkembangan pesat dalam bisnis kuliner, walaupun terjadi penurunan jauh di tahun 2020 karena wabah covid-19 tidak membuat bisnis kuliner melemah di tahun 2021 terjadi kenaikan kembali setelah wabah yang mulai mereda.

1. Perusahaan seringkali dihadapkan pada berbagai masalah, seperti kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, adanya persaingan yang ketat dari perusahaan sejenis, semakin kompleksnya perilaku konsumen terhadap suatu produk, selera konsumen berubah-ubah, serta kondisi ekonomi yang kurang menentu dan yang menjadi masalah pada *Catering Bina Cakra* adalah bagaimana cara memikat hati konsumen dalam hal keputusan pembelian, karena melihat saat sekarang ini banyaknya bermunculan *catering-*

catering yang menyediakan berbagai macam varian menu dan menyediakan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Menurut Malau (2017:31) produk adalah barang nyata yang dapat terlihat atau berwujud dan bahkan dapat dipegang yang dirancang untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen seperti komputer, mobil, gosok gigi, makanan dan lain-lain. Sedangkan jasa adalah suatu yang tidak dapat dilihat dan tidak berwujud yang dirancang untuk memuaskan keinginan atau 3 kebutuhan konsumen seperti rekomendasi, ide atau pengetahuan konsultan, pengacara, dosen dan lain-lain.

Persepsi konsumen terhadap varian menu akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan keputusan pembelian konsumen. Menu adalah pedoman bagi yang menyediakan makanan atau hidangan, bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut dibuat (Manuntun et al, 2015). Menu dapat terdiri dari satu macam hidangan yang lengkap atau tidak lengkap, juga dapat berupa hidangan untuk makan atau sarapan pagi, untuk makan siang atau makan malam saja ataupun hidangan makan untuk satu hari penuh dengan atau tanpa makan selingan.

Catering Bina Cakra sebagai salah satu penyedia jasa *Catering* di Kota Batam merupakan badan usaha yang bergerak di bidang kuliner. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2006 dan beralamat di Komplek Ruko Sunday Park Blok E, No. 03, Tiban Indah, Sekupang, Tiban Indah, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. *Catering* Bina Cakra memberikan berbagai

macam varian menu dan jasa pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan salah satu faktor penting bagi kelangsungan dan perkembangan perusahaan.

Pada tahun 2013, *Catering Bina Cakra* menjadi *tender* yang berhasil bersaing dengan 9 *catering* lainnya di Batam. Bina Cakra dipilih untuk menjadi penyedia makanan untuk calon jamaah haji dengan menyuguhkan 600 porsi makanan beserta *snack*.

Melalui data yang diberikan oleh *owner* Bina Cakra, berikut omset penjualan selama 6 bulan terakhir

Bulan	Omset
April	Rp. 461.205.500
Mei	Rp. 824.163.000
Juni	Rp. 493.123.000
Juli	Rp. 979.437.000
Agustus	Rp. 592.118.000
September	Rp. 735.450.000

Tabel 1.1 Omset *Catering Bina Cakra* 6 Bulan Terakhir

Sumber: *Owner Bina Cakra*

25 Omset atau volume penjualan merupakan masalah penjualan bersih yang terlihat dari laporan rugi-laba perusahaan, dimana manajer atau bagian pemasaran perlu mengadakan analisis volume penjualan secara total, dan juga volume itu sendiri (Basu Swastha, 1983).

Dapat dilihat melalui tabel 1.1 terjadi *gap* omset di beberapa bulan, terjadi perubahan omset secara bergantian di setiap bulan. Oleh karena itu, hal ini menjadi latar belakang bagi peneliti untuk meneliti tentang varian menu yang telah ditawarkan oleh *Catering* Bina Cakra dan kualitas pelayanan juga menjadi hal yang akan diteliti, seperti mengenai proses penerimaan *order* dan pengantaran *catering*. Yang menjadi *concern* penulis, yaitu salah satu pelayanan krusial dari usaha *catering* mengenai pengantaran. Karena, tepat di depan lokasi *Catering* Bina Cakra ada jalan yang menghubungkan ke jalan raya. Pada bulan Juli 2022 pemerintah melakukan pelebaran jalan di Tiban, sehingga berdampak pada kelancaran pengantaran produk kepada pelanggan yang mana terjadi kemacetan yang panjang, seperti di pagi hari dan sore hari ketika pekerja dan pelajar pulang ke tempat tinggal masing-masing, sehingga proses pengantaran menjadi terhambat dan akan mengganggu proses pelayanan *Catering* Bina Cakra untuk mengantarkan produk kepada pelanggan.

Adapun menu yang menjadi pilihan melalui wawancara dengan *owner* *Catering* Bina Cakra, antara lain Rendang, Dendeng, Ikan *Fillet*, dan Ayam Goreng Bumbu.



Gambar 1.2 Paket Kue Kotak

Sumber: Owner Catering Bina Cakra



Gambar 1.3 Paket Prasmanan

Sumber: Owner Catering Bina Cakra



Gambar 1.4 Paket Nasi Kotak

Sumber: Owner Catering Bina Cakra

1 Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik mengangkat judul Pengaruh Varian Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Catering* Bina Cakra.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka diperlukan dengan adanya batasan masalah. Batasan masalah merupakan hal yang diperlukan agar batasan masalah menjadi lebih jelas dan tidak menyimpang terlalu jauh, maka penulis membatasi pada Varian Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di *Catering* Bina Cakra.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Apakah varian menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Catering* Bina Cakra?

1.2.2 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Catering* Bina Cakra?

Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk mengetahui apakah ada pengaruh varian menu terhadap keputusan pembelian pada *Catering* Bina Cakra

1.3.2 Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Catering* Bina Cakra

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan, manfaat penelitian ini antara lain:

1.4.1 Manfaat bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi para pembaca. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi rujukan penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat bagi Institusi

Hasil penelitian bagi institusi adalah data dan hasil yang didapat dari penelitian dapat menjadi tolak ukur serta upaya bagi *catering* dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

1.4.3 Manfaat bagi *Catering* Bina Cakra

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi media masukan dalam pengelolaan *catering* sehingga dapat menarik kepuasan konsumen.

1.6 Definisi Istilah

Penelitian akan terlebih dahulu menjelaskan beberapa pengertian yang berhubungan dengan judul penelitian antara lain:

1.6.1. Varian Menu

Variasi menu merupakan varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan. Variasi menu juga dibedakan berdasarkan resep masakan, cara pengolahan, bahan makanan, sampai dengan jenis makanan dalam suatu hidangan.

1.6.2. ¹² Kualitas Pelayanan

Menurut Wykof (dalam Tjiptono, 2006:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata

lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (parasuratman, et al., dalam Tjiptono, 2006:60). Apabila *perceived service* (jasa yang dirasakan) sesuai dengan *expected service* (jasa yang diharapkan), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

1.6.3. Keputusan Pembelian

²⁰ Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

1.6.4. ²⁹ *Catering*

Catering merupakan istilah umum untuk usaha yang melayani pemesanan berbagai macam makanan dan minuman siap saji untuk pesta maupun kebutuhan dalam suatu instansi dengan skala yang besar.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Catering*

2.1.1 Definisi *Catering*

¹¹ Menurut Rifani (2015) usaha *catering* merupakan usaha yang paling populer pada bidang boga, disetiap kesempatan dan momen suatu acara kita sering menjumpai aneka makanan enak yang disajikan dengan menarik oleh pengusaha katering. *Catering* juga dapat didefinisikan sebagai salah satu jasa di bidang makanan yang sudah jadi diantar langsung ke tempat pemesanan pada suatu acara. *Catering* biasanya dibutuhkan pada berbagai acara seperti pesta pernikahan, seminar, acara keagamaan, ulang tahun, dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut, biasanya pihak penyelenggara menyewa jasa *catering* untuk menyiapkan makanan sesuai dengan kebutuhan.

⁹ Menurut Purwati Tj, dkk (1994 : 2) *catering* adalah suatu usaha di bidang jasa dalam hal menyediakan atau melayani permintaan makanan untuk berbagai macam keperluan. Sedangkan menurut Moehyi (1992 : 5) menyatakan bahwa *catering* adalah jenis penyelenggaraan makanan yang tempat memasak makanan berbeda dengan tempat menghidangkan makanan. Makanan jadi diangkut ke tempat lain untuk dihidangkan, misalnya ke tempat penyelenggaraan pesta, rapat, pertemuan, kantin atau kafetaria industri. Makanan yang disajikan dapat

berupa makanan kecil dan dapat juga berupa makanan lengkap untuk satu kali makan atau lebih, tergantung permintaan pelanggan. Katering yang melayani keluarga biasanya mengantarkan makanan dengan menggunakan rantang yang lebih dikenal dengan sebutan makanan rantang.

2.2 Varian Menu

2.2.1 Definisi Varian Menu

Sebelum membahas tentang varian menu terlebih dahulu akan dibahas tentang menu. Menu berasal dari bahasa Prancis "*Le Menu*" yang berarti daftar makanan yang disajikan kepada tamu di ruangan makan. Dalam lingkungan rumah tangga, menu diartikan sebagai susunan makanan/hidangan tertentu. Oleh orang Inggris menu disebut juga "*Bill of Fare*". Menu merupakan pedoman bagi yang menyiapkan makanan/hidangan. Menurut Pallapart seorang ahli gastronomi yang sangat terkenal, perkataan menu dikenal untuk pertama kalinya pada tahun 1541, ketika Dukeo Brunsick menuliskan segala sesuatunya yang akan dihidangkan dalam sebuah pesta yang dilaksanakannya. Perkataan menu didalam pemakaiannya mengalami perkembangan, terutama setelah revolusi Prancis, sehingga menu merupakan suatu mode yang harus dan pasti ada pada setiap jamuan makanan.

1

Menu dapat terdiri dari satu macam hidangan yang lengkap atau tidak lengkap, juga dapat berupa hidangan untuk makan atau sarapan pagi, untuk makan siang atau makan malam saja ataupun hidangan makan untuk satu hari penuh dengan atau tanpa makan selingan. Tugas dari sebuah pemasaran sebenarnya bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan, menurut Kotler dan Keller dalam Bob Sabran (2009:20). Sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk atau rasa.

Menurut Elvianarossa (2016:38) makanan merupakan kebutuhan yang sangat pokok dan tidak dapat diganti dengan kebutuhan lain karena setiap manusia membutuhkan asupan makan setiap hari. Dalam kondisi apapun, 10 manusia akan selalu berusaha untuk mendapatkan makanan. Bukan hanya sebagai naluriah, tetapi juga dapat melanjutkan kehidupannya. Oleh karena itu, sepanjang masih ada kehidupan, maka kebutuhan pada makanan harus ada dan dapat disediakan dengan memadai.

Menurut Elvianarossa (2016:87) salah satu ciri makanan berkualitas adalah terbuat dari bahan-bahan yang masih segar. Untuk mendapatkan makanan segar tentu perlu dilakukan perawatan yang baik.

Varian Menu adalah susunan golongan makanan yang terdapat dalam suatu hidangan yang berbeda pada tiap kali penyajian. Varian Menu makanan Indonesia umumnya tidak serumit makanan menu Eropa.

2.2.2 Indikator Varian Menu

Varian ¹ menu makanan Indonesia umumnya menurut John H.I dan Maria J.T (2011) indikator tentang variasi makanan sebagai berikut:

1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman
2. Rasa makanan dan minuman
3. Ukuran porsi makanan dan minuman.

Masakan harus memiliki banyak varian, suatu jenis masakan yang dihidangkan berkali-kali dalam jangka waktu yang singkat akan membuat konsumen merasa bosan.

Menurut Elvinarossa (2016:38) ada banyak cara yang dilakukan seseorang untuk memperoleh kebutuhan hidupnya. Ada yang memperolehnya dengan cara mengambil langsung dari alam, mengelola sendiri, kemudian mengkonsumsinya, tetapi ada juga yang memperoleh makanan dengan cara membeli makanan siap saji.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan seorang konsumen untuk memilih salah satu toko yang menjual produk yang diinginkan. Ketika pergi ke sebuah toko atau pusat perbelanjaan, seorang konsumen cenderung menjadi seorang yang pemilih, atau selalu memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri sebelum memilih dan memutuskan untuk membeli sebuah produk. Seorang konsumen sengaja berkunjung ke sebuah toko tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan barang yang ia cari.

Namun, aspek-aspek apakah yang seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam memilih salah satu dari toko-toko tersebut? Tentunya selain aspek harga dan ketersediaan barang, hal lain yang dicari konsumen adalah kualitas pelayanan (jasa). Kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk.

Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Menurut Malau (2017:59) jasa mempunyai ciri khusus, ada empat cirinya yaitu:

1. Tidak berwujud.
2. Beragam.
3. Tidak terpisah.
4. Tidak memerlukan tempat inventori.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:681) mengatakan bahwa kualitas merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Harman Malau (2017:59) jasa adalah layanan aktifitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa di raba dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu pelayanan yang tidak mencari keuntungan dan pelayanan yang mencari keuntungan melalui pertukaran nilai yang sering diwujudkan dalam bentuk uang.

Harman Malau (2017:65) kualitas pelayanan jasa yang disampaikan oleh orang dapat diklasifikasikan berdasarkan tiga kecakapan kerja, yaitu

- 1) Tenaga tanpa keahlian, tenaga kerja yang tidak memerlukan keahlian misalnya tukang kebun, satuan pengamanan dan bagian kebersihan
- 2) Tenaga ahli, adalah bidang yang memerlukan pelatihan khusus atau pendidikan singkat misalnya orang yang bekerja dibagian perbaikan saluran air, teknisi peralatan sederhana dan pelayanan *catering*

3) Pakar yaitu tenaga yang sangat ahli/profesional, adalah jasa seorang pakar yang benar-benar ahli dalam bidangnya misalnya konsultan manajemen, akuntansi dan pengacara.

2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

¹ Menurut Harman Malau (2017:67) seorang konsumen dapat mengetahui kualitas jasa dengan cara membandingkan yang diharapkan dengan kenyataan yang sebenarnya. Yang diharapkan adalah kinerja jasa yang diangan-angankan diberikan oleh penjual jasa. Kepuasan dan ketidakpuasan bergantung atas harapan dan kenyataan. Ketidakpuasan akan terjadi apabila kinerja yang sebenarnya lebih rendah dari kinerja yang diharapkan. Perbedaan antara harapan dan kenyataan dapat diketahui.

Menurut Parasuraman, dalam Lupiyoadi (2008:182), ada empat dimensi kualitas jasa yang menjadi indikator kualitas pelayanan, yaitu:

- ¹ 1. Terpercaya (*reliability*): kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. Cepat tanggap (*responsiveness*): respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan menangani keluhan yang diajukan konsumen.
3. Terjamin (*assurance*): meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk/jasa secara tepat, kualitas keramahan,

perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

4. Empati (*empathy*): perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya.

5. ²⁴ Bukti fisik (*Tangible*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang di maksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang di berikan.

2.4 Keputusan Pembelian

2.4.1 Definisi ¹Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan yang di lakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Suharno (2010: 96) berpendapat bahwa : “Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor.”

Menurut Kotler dan Keller (2010: 268) keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Berdasarkan kedua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Dalam membuat suatu keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk pengadaan pembelian.

Adapun jenis perilaku pengambilan keputusan pembelian, antara lain:

a. Perilaku pembelian kompleks

Konsumen melakukan perilaku pembelian yang kompleks ketika mereka sangat terlibat dalam pembelian dan merasakan perbedaan yang signifikan antara merek.

b. Perilaku pembelian mengurangi ketidakcocokan

Perilaku pembelian mengurangi ketidakcocokan terjadi ketika konsumen memiliki keterlibatan dengan pembelian yang mahal, jarang, atau berisiko tetapi melihat sedikit perbedaan antara merek.

c. Perilaku pembelian karena kebiasaan

Perilaku pembelian karena kebiasaan terjadi di bawah kondisi keterlibatan rendah konsumen dan sedikit perbedaan merek yang signifikan.

d. Perilaku pembelian mencari variasi

Konsumen melakukan perilaku pembelian mencari variasi dalam situasi yang ditandai oleh keterlibatan konsumen rendah tetapi perbedaan merek yang dirasakan signifikan.

¹ Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:483), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua Alternatif pilihan pembelian, dan setiap konsumen memiliki cara pandang yang berbeda-beda dalam pengambilan keputusan pembelian. Model pengambilan keputusan konsumen melibatkan tiga komponen utama yaitu input, proses, output. Komponen input dari model pengambilan keputusan konsumen berasal dari pengaruh eksternal, yang memberikan sumber informasi mengenai suatu produk atau jasa.

2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian

²² Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a) Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
- b) Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
- c) Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

⁴⁴ 2.5 Kajian Empiris

Kajian empiris merupakan kajian yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Penelitian yang terdahulu dilakukan ¹ bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain. Dengan yang ditujukan oleh beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Penelitian					
1.	Macndoyo Djoko Waluyo	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli.	Pada tahun 2015, kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Resto Sambal Van Java. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Variasi menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen	Peneliti penulis dan pembandingan sama-sama meneliti pengaruh varian menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	Penelitian pembandingan dilakukan di Resto Sambal Van Java sedangkan penelitian penulis dilakukan di <i>Catering Bina Cakra</i>
2.	Dimas Dipo Ismoyo	Pengaruh variasi menu dan cita rasa makanan buffet dinner terhadap kepuasan tamu restoran gris di crowne plaza semarang.	Pada tahun 2017, cita rasa makanan adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa cita rasa makanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan tamu dari pada variasi menu.	Penelitian penulis dan pembandingan sama-sama meneliti menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan satu variabel yang sama, yaitu variasi menu	Penelitian ini menggunakan variabel dependen, yaitu kepuasan tamu. Sementara peneliti pembandingan menggunakan variabel dependen yang berbeda, yaitu keputusan pembelian.
3.	Muhamma d Wahyu Ali A. H,	Pengaruh keragaman menu, kualitas	Padah tahun 2013, variabel keragaman	Penelitian penulis dan penelitian	Penelitian pembandingan dilakukan di McDonald's Java Mall Semarang

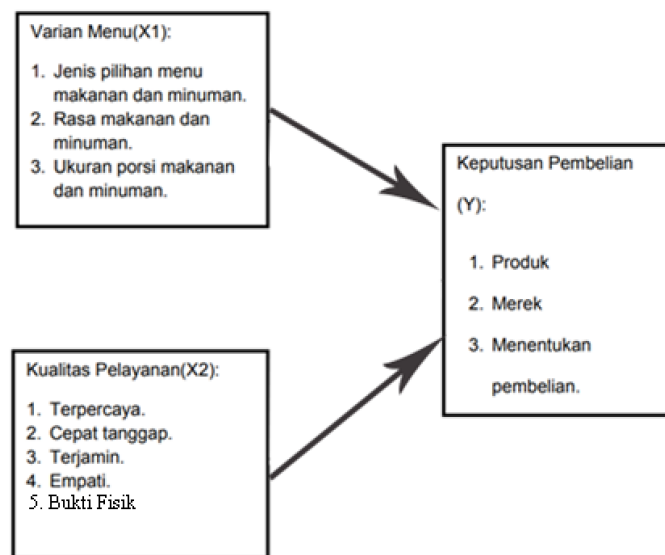
Handoyo Djoko. W., Sari Listiorini	produk, citra merk, dan iklan terhadap keputusan pembelian di McDonald's Java Mall Semarang	1 menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 48,6%. Variable keragaman menu, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap keputusan pembelian sebesar 66,4%. Hal ini berarti semakin meningkatnya keragaman menu, kualitas produk, citra merek dan iklan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.	pembandingan sama-sama meneliti varian menu terhadap keputusan pembelian	sedangkan penelitian penulis dilakukan di <i>Catering Bina Cakra</i>
------------------------------------	---	--	--	--

4.	Indra Firdiyansyah	45 Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam	Pada tahun 2017, kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam	Peneliti penulis dan pembandingan sama-sama meneliti pengaruh varian menu	Penelitian pembandingan memiliki variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan. Sementara penulis memiliki variabel terikat, yaitu keputusan pembelian
5.	Santri Zulaicha	47 Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Morning Bakery Batam	Pada tahun 2016, produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Morning Bakery Batam	Penelitian penulis dan pembandingan sama-sama meneliti menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan satu variabel terikat yang sama, yaitu	Penelitian pembandingan ini hanya memiliki kesamaan di variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Sementara ada di dua variabel bebas

			keputusan pembelian	
6.	Miratia Afriani, Tito Pratama	49 Pengaruh cita rasa dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam	Pada September 2022, cita rasa dan variasi menu secara parsial dan serempak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	Penelitian penulis dan penelitian pembandingan sama-sama meneliti varian menu
				Penelitian pembandingan memiliki satu variabel bebas yang berbeda, yaitu cita rasa dan variabel terikat yang berbeda, yaitu kepuasan konsumen

27 2.6 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



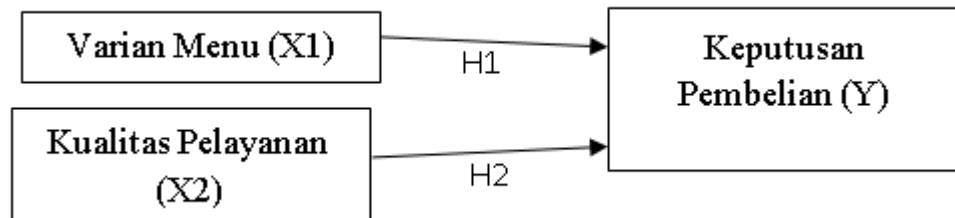
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Data penulis, 2022

23 2.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013: 96) Hipotesis adalah dugaan sementara pada rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah digambarkan dengan

format kalimat pertanyaan. Menurut kerangka pemikiran penelitian diatas, maka bisa ditarik hipotesis sebagai berikut:



Gambar 2.2 Hipotesis Penelitian

Keterangan :

Ho: Varian Menu (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H₁: Varian Menu (X1) berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H₂: Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2013: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian.

Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012: 29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016),²⁸ adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di *Catering Bina Cakra* dalam 6 bulan terakhir.

Bulan	Jumlah Pelanggan
April	77
Mei	153
Juni	199
Juli	287
Agustus	231
September	243

**Tabel 3.1 Jumlah Pelanggan Yang Memesan
pada April-September 2022**
Sumber: *Owner Bina Cakra*

Dari data diatas maka rata-rata populasi dari *Catering Bina Cakra* perbulan adalah 198 perbulan.

6 3.2.2 Sampel

Menurut Ardial (2014:336) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasi maka metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling, yang menurut Sugiyono (2016:84) yaitu “teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Kemudian teknik yang digunakan untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah accidental sampling.

6 Menurut Sugiyono (2016:85) “accidental sampling adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”. Dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin, adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

40
n = besar sampel

N = besar populasi

e = Margin of Error Maximum, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih bisa ditolerir (ditentukan sebesar 5%)

Dengan populasi pengunjung rata-rata perbulan yang berjumlah 198 orang. Berdasarkan rumus Slovin maka jumlah sampel yang akan diambil sebagai berikut

$$n = \frac{198}{198 (0.05)^2 + 1}$$
$$n = 132$$

Maka, jumlah sampel yang dibutuhkan oleh peneliti adalah 132 responden, yaitu pelanggan di *Catering Bina Cakra* yang sudah pernah menjadi konsumen dengan rentang usia 18-60 tahun, karena direntang umur tersebut pelanggan masih mampu melakukan pemesanan terhadap *catering*.

3.3. Operasional Variabel

3.3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. **Variabel bebas (*Independen Variabel*)** merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu: varian menu (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

30

2. **Variabel terikat (*Dependen Variabel*)** merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y).

3.3.2. Skala Pengukuran Variabel

10

Pengumpulan data dengan menggunakan angket atau daftar pertanyaan yang terkait dengan permasalahan yang akan di teliti. Pada penelitian ini penulis akan mengelola data dengan cara memberikan penilaian terhadap angket yang disebarkan kepada responden dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2016:93) menjelaskan bahwa “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, digunakan skor (bobot nilai) yang diberikan terhadap jawaban yang telah disediakan dalam setiap pertanyaan. Alternatif jawaban yang disediakan dapat dilihat pada tabel 3.3.2. berikut ini:

33

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.2 Skala Likert

Sumber: Sugiyono (2012:94)

3.3.3⁷ Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan jenis data yang diperoleh dari kuisioner yang telah dibagikan kepada konsumen *Catering Bina Cakra* sebagai instrumen penelitian.

1.⁴ Data Primer

Data primer (*primary data*) mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh penulis terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi. Data primer dalam penelitian ini didapat dari pemilik usaha (Rahmiati, 2018).

2.²¹ Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bukan dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa jurnal, buku dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan materi kajian yaitu varian menu, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Mengumpulkan data tentang analisis tingkat kepuasan konsumen atas varian menu dan kualitas pelayanan di *Catering Bina Cakra*, maka metode yang digunakan adalah melalui Kuesioner (Daftar Pertanyaan), wawancara, observasi, dan dokumen. Metode pengumpulan data¹⁸ dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Kuesioner (Daftar Pertanyaan)

Menurut (Sugiyono, 2015:216) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yaitu alat pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan dari responden.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Menurut Moelong (2012:186) menjelaskan Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

3.4.3 Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Menurut (Rahmiati, 2018) observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

3.4.4 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kuantitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsi foto, hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya (Tohirin, 2021).

3.5. Teknis Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan deskriptif atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Analisis deskriptif dapat ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, tabel histogram, nilai mean, nilai standar deviasi dan lain. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan analisis deskriptif merupakan gambaran lengkap dari data baik dalam bentuk verbal atau numerik yang berhubungan dengan data yang kita teliti (Rahmiati, 2018).

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian Validitas suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh instrumen pengukuran yang

digunakan. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (test of validity) dan uji keandalan (test of reliability), untuk menguji kesungguhan jawaban dari responden. Kedua macam pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

3.5.2.1 ² Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan didalamnya mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ma'sumah, 2019: 1). Jadi tujuan utamapengujian validitas adalah untuk mengukur sejauh apakah pertanyaan dalam kuesioner yang kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016: 52). Cara yang digunakan adalah membandingkan koefisien korelasi setiap butir dengan skor total $r_{tabel}(n-2; \alpha; 0,05)$. Yang harus diperhatikan adalah korelasi antara butir dengan skor total harus positif dan peluang ralat p dari korelasi tersebut atau alfa (α) maksimal 5 persen. Jika koefisien korelasi setiap butir dengan skor total lebih besar dibandingkan dengan $r_{tabel}(n-2; \alpha; 0,05)$, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya (Tohirin, 2021).

Menurut (Tohirin, 2021) Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *product moment* dengan rumusnya dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N(\sum X^2) - (\sum X)^2)(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien validitas item yang dicari
- X : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item
- $\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N : Banyaknya responden

Pengambilan keputusan uji validitas yaitu sebagai berikut:

1. Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat diketahui valid.
2. Jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat diketahui valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Ma'sumah, 2019: 2 dalam Tohirin, 2021). Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah Cronbach Alpha, pertanyaan yang mempunyai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 dikatakan suatu instrument yang reliabel (Suliyanto dalam Tohirin, 2021).

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{S_r^2 - \sum S_i^2}{S_x^2} \right)$$

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas ataupun keduanya memiliki distribusi data normal atau penyebaran statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat histogram dari residualnya (Rahmiati, 2018).

- 3)
 - 1) Histogram merupakan pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (Bell shaped). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
 - 2) Grafik Normality Probability Plot, ketentuan yang digunakan adalah: Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 1. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
 - 14 2. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - 3) Uji kolmogorov smirnov test. Uji dilakukan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak.
 1. Jika nilai Asymp sig > 0,5 Maka data Berdistribusi normal
 2. Jika nilai Asymp sig < 0,5 Maka data tidak normal

2. ³ Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji data yang memiliki nilai Sig. kurang dari 0.05 (Sig. < 0.05) yaitu apabila data memiliki nilai lebih kecil dari nilai Sig. 0.005 maka data memiliki heteroskedastisitas dan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan Scatter plot menggunakan uji glajser, uji glajser merupakan salah satu uji statistic yang dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut.

3. ³ Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara: jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF (Variance Inflation Factors) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

3.5.4 ⁴ Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Uji regresi linier berganda digunakan untuk

menguji pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat (Ma'sumah S, 2019:49 dalam Tohirin, 2021). Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Rumus persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X₂ = Kualitas Pelayanan

α = Konstanta

e = Error

β₁ = Koefisien regresi 1 variabel varian menu

β₂ = Koefisien regresi 2 variabel kualitas pelayanan

X₁ = Varian Menu

1. Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)

Dalam penelitian ini dilakukan uji t atau uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Untuk menentukan nilai t tabel digunakan persamaan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t(\alpha/2; n - k - 1)$$

Keterangan:

α : Nilai probabilitas (0,05)

n : Jumlah sampel penelitian

k : Jumlah variabel yang mempengaruhi.

(Ma'sumah, 2019:50 dalam Tohirin, 2021).

3.6. ¹⁶ Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis memilih *Catering Bina Cakra* yang terletak di Komplek Ruko Sunday Park Blok E, No. 03, Tiban Indah, Sekupang, Tiban Indah, Kec. Sekupang, Kota Batam sebagai tempat penelitian. Sedangkan waktu yang digunakan selama 2 bulan penelitian dimulai dari bulan Oktober 2022 sampai dengan selesai.

BAB IV

51 PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan identitas yang memberikan respon mengenai penelitian ini dan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan usia.

54 Salah satu tujuan dengan adanya karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen *Catering Bina Cakra* sudah pernah melakukan pemesanan makanan dengan rentang usia 18-50 tahun berjumlah 132 orang.

39 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pria	38	28,80%
2	Wanita	94	71,20%
Total		132	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Tabel memperlihatkan dari 132 responden, jumlah konsumen *Catering Bina Cakra* lebih banyak wanita, yaitu berjumlah 94 orang dibandingkan pria yang berjumlah 38 orang.

1 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	18-30	40	30,30%
2	31-40	53	40,20%
3	41-50	39	29,50%
Total		132	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan data tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen dengan usia 31-40 tahun memiliki jumlah paling banyak, yaitu 53 orang. Namun, persentase dari ketiga kategory ini tidak jauh berbeda.

4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi data dimaksudkan untuk memberikan gambaran jelas penelitian mengenai persepsi konsumen *Catering Bina Cakra* terhadap keputusan pembelian. Menurut Arikunto dalam Afrianto & Sari (2018) dasar skor ítem dalam varaiabel penelitian adalah sebagai berikut :

No	Nilai skor	Interpretasi
1	$0 < NS \leq 1$	Berada pada daerah sangat negatif
2	$1 < NS \leq 2$	Berada pada daerah negatif
3	$2 < NS \leq 3$	Berada pada daerah tengah
4	$3 < NS \leq 4$	Berada pada daerah positif
5	$4 < NS \leq 5$	Berada pada daerah sangat positif

Sumber: Arikonto dalam Afrianto & Sari (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor ítem variabel penelitian yang berkisar antara 3-4 yaitu berada di daerah positif dan nilai skor 4-5 yaitu berada di daerah sangat positif, skor ítem variabel yang tidak baik berkisar antara 0-1 yaitu berada di daerah sangat negatif dan 1-2 berada di daerah negatif.

1. Varian Menu (X1)

Varian Menu (X1) diukur menggunakan 6 pernyataan. Hasil dari tanggapan responden berdasarkan ítem pernyataan variabel varian menu (X1) adalah sebagai berikut:

P	STS		TS		N		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
x1p1	0	0,00	0	0,00	5	3,79	94	71,21	33	25,00	132	100	4,21
x1p2	0	0,00	0	0,00	0	0,00	62	46,97	70	53,03	132	100	4,53
x1p3	0	0,00	0	0,00	2	1,52	74	56,06	56	42,42	132	100	4,41
x1p4	0	0,00	0	0,00	2	1,52	79	59,85	51	38,64	132	100	4,37
x1p5	0	0,00	0	0,00	3	2,27	75	56,82	54	40,91	132	100	4,39
x1p6	0	0,00	0	0,00	2	1,52	71	53,79	59	44,70	132	100	4,43
Total													26,34
Mean Variabel													4,39

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Nilai mean variabel 4,39 menggambarkan bahwa penilaian responden terhadap variabel varian menu (X1) di *Catering Bina Cakra* berada di daerah sangat positif.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas Pelayanan (X2) diukur menggunakan 8 pernyataan. Hasil dari tanggapan responden berdasarkan ítem pernyataan variabel kualitas pelayanan (X2) adalah sebagai berikut:

P	TS		TS		N		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
x2p1	0	0,00	0	0,00	3	2,27	75	56,82	54	40,91	132	100	4,39
x2p2	0	0,00	0	0,00	3	2,27	69	52,27	60	45,45	132	100	4,43
x2p3	0	0,00	0	0,00	7	5,30	67	50,76	58	43,94	132	100	4,39
x2p4	0	0,00	0	0,00	3	2,27	82	62,12	47	35,61	132	100	4,33
x2p5	0	0,00	0	0,00	2	1,52	69	52,27	61	46,21	132	100	4,45
x2p6	0	0,00	0	0,00	2	1,52	78	59,09	52	39,39	132	100	4,38
x2p7	0	0,00	0	0,00	6	4,55	81	61,36	45	34,09	132	100	4,30
x2p8	0	0,00	0	0,00	8	6,06	78	59,09	46	34,85	132	100	4,29
Total													34,96
Mean Variabel													4,37

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Nilai mean variabel 4,37 menggambarkan bahwa penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X2) di *Catering Bina Cakra* berada di daerah sangat positif

3. ⁵⁵Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y) diukur menggunakan 6 pernyataan. Hasil dari tanggapan responden berdasarkan item pernyataan variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebagai berikut:

P	STS		TS		N		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
y1p1	0	0,00	0	0,00	4	3,03	81	61,36	47	35,61	132	100	4,33
y1p2	0	0,00	0	0,00	3	2,27	67	50,76	62	46,97	132	100	4,45
y1p3	0	0,00	0	0,00	3	2,27	70	53,03	59	44,70	132	100	4,42
y1p4	0	0,00	5	3,79	21	15,91	57	43,18	49	37,12	132	100	4,14
y1p5	0	0,00	0	0,00	7	5,30	87	65,91	38	28,79	132	100	4,23
y1p6	0	0,00	1	0,76	7	5,30	75	56,82	49	37,12	132	100	4,30
Total													25,87
Mean Variabel													4,31

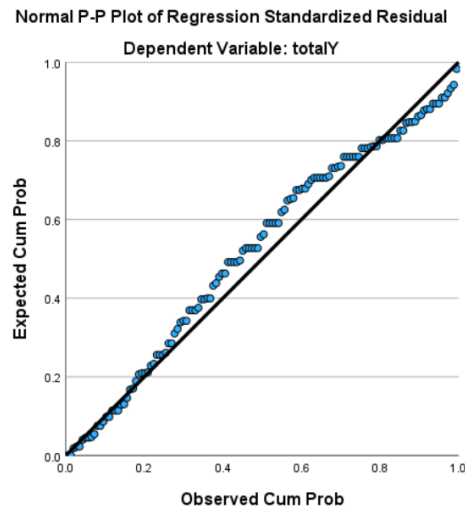
Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Nilai mean variabel adalah 4,31 menggambarkan bahwa penilaian responden terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di *Catering Bina Cakra* berada di daerah yang sangat positif.

4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			132
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		1,56085220
Most Extreme Differences	Absolute		0,093
	Positive		0,058
	Negative		-0,093
Test Statistic			0,093
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			0,007
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		0,007
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,005
		Upper Bound	0,009
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with			



Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa angka asymp.sig(2-tailed) adalah 0,007, maka dapat disimpulkan bahwa data

variabel berdistribusi normal. dan data yang terdapat di dalam Normal P-P Plot of Regression selalu mengikuti dan mendekati garis diagonal dan tidak menyebar, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolienaritas

Coefficients^a			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	totalX1	.983	1.017
	totalX2	.983	1.017

a. Dependent Variable: totalY

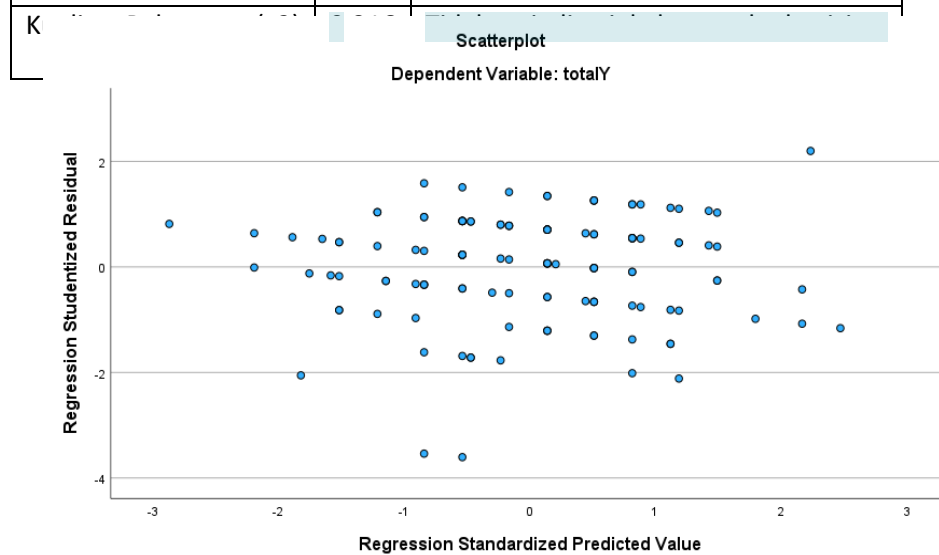
Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai variabel varian menu (X1), dan kualitas pelayanan (X2) terhadap nilai tolerance $\geq 0,10$, yaitu 0,983. maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolienaritas didalam model regresi.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,854	2,753		-0,673	0,502		
	totalX1	0,041	0,083	0,044	0,499	0,619	0,983	1,017
	totalX2	0,057	0,057	0,089	1,008	0,316	0,983	1,017

a. Dependent Variable: ABS_RES

Variabel	Sig	Keterangan
Varian menu (X1)	0,619	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas



hasil dari grafik uji heterokedastisitas melalui scatter-plot di atas menyatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas, hal ini dapat dilihat juga pada titik-titik scatter-plot yang menyebar secara acak

4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui analisis pengaruh varian menu, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19,977	4,566		4,375	0,000		
	totalX1	-0,114	0,137	-0,072	-0,834	0,406	0,983	1,017
	totalX2	0,254	0,094	0,232	2,692	0,008	0,983	1,017
a. Dependent Variable: totalY								

50 Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 19,977 - 0,114X_1 + 0,254X_2$$

35 1. Nilai konstanta sebesar 19,977 artinya jika variabel independen yang terdiri dari varian menu (X1), dan kualitas pelayanan (X2) dianggap 0 (nol) atau tidak diterapkan maka kepuasan konsumen pada *Catering Bina Cakra* sebesar 19,977

43 2. Koefisien regresi varian menu (X1) sebesar -0,114 artinya jika varian menu meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden, maka nilai variabel keputusan pembelian pada *Catering Bina Cakra* menurun sebesar 0,114 satuan dengan variabel-variabel lain dianggap tetap atau konstan.

3. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,254 artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden, maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada *Catering Bina Cakra* sebesar 0,254 satuan dengan variabel-variabel lain dianggap tetap atau konstan.

Dari tabel diatas menunjukkan hasil analisis persamaan regresi berganda variabel X terhadap variabel Y dimana koefisien jalur variabel kualitas pelayanan (0,254) lebih tinggi dibandingkan variabel varian menu (-0,114), artinya kualitas pelayanan lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibandingkan varian menu.

4.1.5 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Hasil dari tabel, yaitu dengan melihat tabel t statistic dengan jumlah responden sebanyak 132 dan menggunakan taraf signifikan sebesar 5% yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= t(0,05/2 ; 132-2-1) \\ &= 0,025 ; 129 \\ &= 1.97852 \end{aligned}$$

Keterangan: α : Tingkat Kesalahan (5%)

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel X yang digunakan

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.363	4.520		4.726	<,001
	Varian Menu	-.153	.136	-.097	-1.124	.263
	Kualitas Pelayanan	.244	.093	.226	2.612	.010

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

- 1) Variabel Varian Menu (X1) ³² Diketahui nilai sig. untuk pengaruh (Parsial) X1 Terhadap Y adalah sebesar 0,263 > 0,05 dan nilai t hitung -1,124 < 1,97852 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak berarti Varian Menu (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *Catering Bina Cakra*.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) ³¹ Diketahui nilai sig. untuk pengaruh (Parsial) X1 Terhadap Y adalah sebesar 0,010 < 0,05 dan nilai t hitung 2,612 > 1,97852 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima berarti Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *Catering Bina Cakra*

2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.234 ^a	0,055	0,040	1,573
a. Predictors: (Constant), totalX2, totalX1				
b. Dependent Variable: totalY				

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa:

1) Nilai R Memberikan arti bahwa hubungan variabel varian menu (X1), dan kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 23,4 %, dimana hasil ini menunjukkan hubungan antar variabel yang kurang kuat.

2) Nilai R² (R square) Nilai R² atau R square yang diperoleh adalah 5,5% yang memiliki arti bahwa pengaruh varian (X1), dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen di *Catering Bina Cakra* adalah sebesar 5,5% dan sisanya 94,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan di dalam model regresi.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Pengaruh Varian Menu (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa varian menu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Catering Bina Cakra*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel T hitung varian menu (X1) $-1,124 < t \text{ tabel } 1,97852$. Instrument variabel lokasi memiliki nilai rata-rata atau *mean* sebesar 4,39 yang berpengaruh sangat positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan ataupun penurunan keputusan pembelian maka varian menu tidak memiliki pengaruh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Andi Angriani, 2018) dimana varian menu secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Catering Bina Cakra*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel T hitung kualitas pelayanan (X2) $2,612 > t \text{ tabel } 1,97852$. Instrument variabel lokasi memiliki nilai rata-rata atau *mean* sebesar 4,37 yang berpengaruh sangat positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan ataupun penurunan keputusan pembelian maka varian menu memiliki pengaruh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Andi Angriani, 2018) dimana varian menu secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel (X1) Varian menu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Catering* Bina Cakra. Hal ini ditunjukkan dengan hasil T hitung lebih kecil dari hasil T tabel, yaitu varian menu (X1) $-1,124 < T \text{ tabel } 1,97852$.

Variabel (X2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Catering* Bina Cakra. Hal ini ditunjukkan dengan hasil T hitung lebih besar dari hasil T tabel, yaitu kualitas pelayanan (X2) $2,612 > T \text{ tabel } 1,97852$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka adapun saran yang diberikan kepada *Catering* Bina Cakra sebagai berikut:

1. Mengingat varian menu merupakan variabel yang tidak memengaruhi keputusan pembelian, maka *Catering* Bina Cakra perlu meningkatkan varian menu agar perusahaan memperoleh keunggulan dari para pesaing, sehingga varian menu tersebut semakin baik dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Diharapkan pihak perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan, seperti pada proses mengatur proses pengantaran, memberikan promo, hingga produk yang masih dalam kualitas yang baik. Karena, variabel tersebut memengaruhi variabel keputusan pembelian.

59% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 57% Internet database
- 20% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 38% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	digilibadmin.unismuh.ac.id	24%
	Internet	
2	repository.uinsaizu.ac.id	3%
	Internet	
3	repository.uma.ac.id	3%
	Internet	
4	repository.iainpurwokerto.ac.id	2%
	Internet	
5	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	2%
	Submitted works	
6	eprints.umm.ac.id	2%
	Internet	
7	repository.radenfatah.ac.id	2%
	Internet	
8	journal.btp.ac.id	2%
	Internet	

9	Unika Soegijapranata on 2021-07-12	1%
	Submitted works	
10	repository.stei.ac.id	1%
	Internet	
11	repository.pkr.ac.id	1%
	Internet	
12	media.neliti.com	<1%
	Internet	
13	Universitas Pamulang on 2022-12-08	<1%
	Submitted works	
14	repository.uhn.ac.id	<1%
	Internet	
15	sip.iainpurwokerto.ac.id	<1%
	Internet	
16	123dok.com	<1%
	Internet	
17	Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung on 2015-12-08	<1%
	Submitted works	
18	lib.uin-malang.ac.id	<1%
	Internet	
19	lib.unnes.ac.id	<1%
	Internet	
20	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	

21	scribd.com	Internet	<1%
22	Aprilia Dian Evasari, Ahmad Yani, Erwin Syahputra. "Faktor-Faktor Yang...	Crossref	<1%
23	eprints.umpo.ac.id	Internet	<1%
24	eprints.undip.ac.id	Internet	<1%
25	openjournal.unpam.ac.id	Internet	<1%
26	Madani Putri, Lalu Sumardi. "Dampak Teknologi Informasi terhadap Po...	Crossref	<1%
27	eprints.untirta.ac.id	Internet	<1%
28	Universitas Bina Darma on 2019-09-12	Submitted works	<1%
29	repository.unej.ac.id	Internet	<1%
30	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	Submitted works	<1%
31	melindapuuuw.blogspot.com	Internet	<1%
32	Ramadhan S.S Manafe, Aaron M. A. Simanjuntak, Hastutie Noor Andria...	Crossref	<1%

33	repository.ub.ac.id	Internet	<1%
34	Willi Arianto, Yarmani Yarmani, Aliman Aliman. "IMPLEMENTASI EKST...	Crossref	<1%
35	General Sir John Kotelawala Defence University on 2019-09-26	Submitted works	<1%
36	repository.umpwr.ac.id:8080	Internet	<1%
37	Universitas Jember on 2021-11-23	Submitted works	<1%
38	repositori.usu.ac.id	Internet	<1%
39	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	Submitted works	<1%
40	Tabor College on 2022-08-22	Submitted works	<1%
41	vigitbayuprihantoko.wordpress.com	Internet	<1%
42	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	Submitted works	<1%
43	General Sir John Kotelawala Defence University on 2019-09-30	Submitted works	<1%
44	Universitas Negeri Semarang on 2022-11-25	Submitted works	<1%

45	repository.iainkudus.ac.id Internet	<1%
46	Universitas Diponegoro on 2022-06-07 Submitted works	<1%
47	Universitas Putera Batam on 2021-03-15 Submitted works	<1%
48	doku.pub Internet	<1%
49	vitka on 2022-10-21 Submitted works	<1%
50	Universitas Putera Batam on 2018-12-04 Submitted works	<1%
51	Universitas Putera Batam on 2020-12-02 Submitted works	<1%
52	Universitas Brawijaya on 2022-07-07 Submitted works	<1%
53	Universitas Diponegoro on 2019-05-05 Submitted works	<1%
54	conference.binadarma.ac.id Internet	<1%
55	docplayer.info Internet	<1%
56	etheses.uin-malang.ac.id Internet	<1%

● Excluded from Similarity Report

- Small Matches (Less than 15 words)
- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

vitka on 2022-04-05	16%
Submitted works	
vitka on 2022-08-08	7%
Submitted works	
vitka on 2022-12-20	7%
Submitted works	
vitka on 2022-10-04	6%
Submitted works	
vitka on 2023-01-16	6%
Submitted works	
vitka on 2023-01-13	6%
Submitted works	
vitka on 2023-01-17	5%
Submitted works	
vitka on 2022-12-28	4%
Submitted works	
vitka on 2023-01-17	3%
Submitted works	
vitka on 2022-12-15	<1%
Submitted works	