

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Warunk Upnormal Banjarmasin.

Warunk Upnormal Banjarmasin merupakan restoran yang terletak di jalan raya dan sangat strategis, tepatnya di Jl. Brig Jend. Hasan Basri No 2, Sungai Miai, Banjarmasin Utara. Lokasi restoran ini sangat mudah dijangkau dan dapat dicari melalui google maps ataupun aplikasi *Waze*. Letaknya tidak jauh dari gedung Sultan Suriansyah, Gedung Sultan Suriansyah adalah salah satu gedung serba guna yang ada di Banjarmasin, Provinsi Kalimantan selatan.

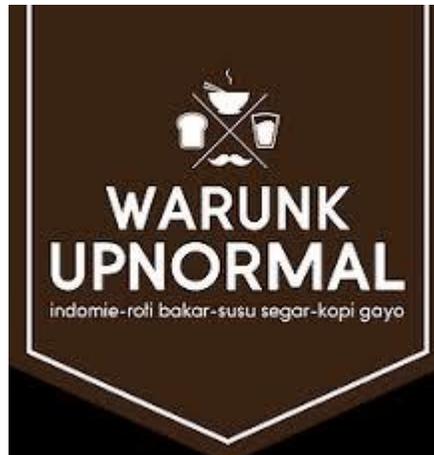
Warunk Upnormal Banjarmasin adalah restoran *franchise* dan satu-satunya di kota Banjarmasin. Tak hanya itu Warunk Upnormal ini juga memiliki *private room* bagi yang sudah memesan dan *board game* yang disediakan di lemari dan dipinjamkan secara gratis. Hal tersebut mejadi keunggulan kompetitif berupa atmosfer yang menunjang, sehingga banyak anak muda yang datang ke sana dan didukung dengan harga ekonomis, yakni mulai IDR 12.000 hingga 37.000 belum termasuk PPN.

Ruangan di Warunk Upnormal Banjarmasin terbagi menjadi *Smoking Room* dan *Non Smoking*. Untuk *Private Room* berada di lantai tiga. Pemilik memiliki kebijakan setiap konsumen dapat menikmati ruangan tersebut asal memesan terlebih dahulu. Hal ini menjadi keunikan Warunk Upnormal Banjarmasin,

karena belum banyak restoran atau café di Banjarmasin yang memiliki *Private Room* seperti itu.

Warunk Upnormal Banjarmasin didirikan pada tanggal 4 April 2017 di Jl. Brig Jend. Hasan Basri No 2, Sungai Miai, Banjarmasin Utara. Pemiliknya bernama Angga berusia 30 tahun. Awal mula Angga membeli *franchise* dan mendirikan Warunk Upnormal Banjarmasin adalah karena ia merasa konsep restoran atau café ini sesuai dengan anak muda zaman sekarang, yang mementingkan internet, tempat nongkrong, butuh stop kontak untuk mengisi daya handphone, laptop dan lain sebagainya. Angga juga menyatakan bahwa anak muda zaman sekarang senang memakan Indomie, dan senang dengan makanan murah atau harga ekonomis, Warunk Upnormal menyajikan makanan pokok berupa Indomie, dan harga yang ekonomis.

Pusat Warunk Upnormal berada di Bandung dipelopori oleh 4 pemilik, dengan pencetus pertama bernama Rex Marindo. Website resminya adalah www.warunkupnormal.com. Hingga sekarang *franchise* Warunk Upnormal sudah mencapai 60 puluh lebih di berbagai kota dan pulau diluar pulau Jawa. Cabang-cabang Warunk Upnormal Seperti Bandung, Jakarta, Bekasi, Cirebon, Depok, Cimahi, Tangerang, Bogor, Yogyakarta, Solo, Surabaya, Malang, Purwokerto, Kediri, Batam, Lampung, Makassar, Banjarmasin, Samarinda, Pekanbaru, Madura, dan masih banyak lagi yang lainnya.



Gambar 4.1 Logo Warunk Upnormal

Slogan restoran ini adalah “Warunk Upnormal, Pelopor Indomie Kekinian!” sedangkan visi dan misinya adalah sebagai berikut :

Visi Warunk Upnormal Banjarmasin adalah menjadi Restoran yang inovatif serta unik dengan mengambil konsep Warung namun bangunan sesungguhnya adalah seperti Restoran.

Misinya adalah menetapkan pelayanan konsisten (senyum dan sopan) serta harus menginovasi makanan dan minuman inovatif sesuai visinya dan juga tetap menetapkan harga ekonomis seperti konsep Warung.

Tujuan Warunk Upnormal Banjarmasin adalah untuk memuaskan konsumen dengan produk dan jasa yang disediakan serta menjaga profesionalitas kerja dan juga menjalankan usaha sesuai slogan yang dimilikinya, memiliki segmen yang ditinjau adalah anak muda, Warunk Upnormal Banjarmasin akan terus menginovasi suasana yang nyaman sesuai kriteria anak muda dengan makanan dan minuman harga ekonomis.

Manajemen Warunk Upnormal Banjarmasin antara lain.

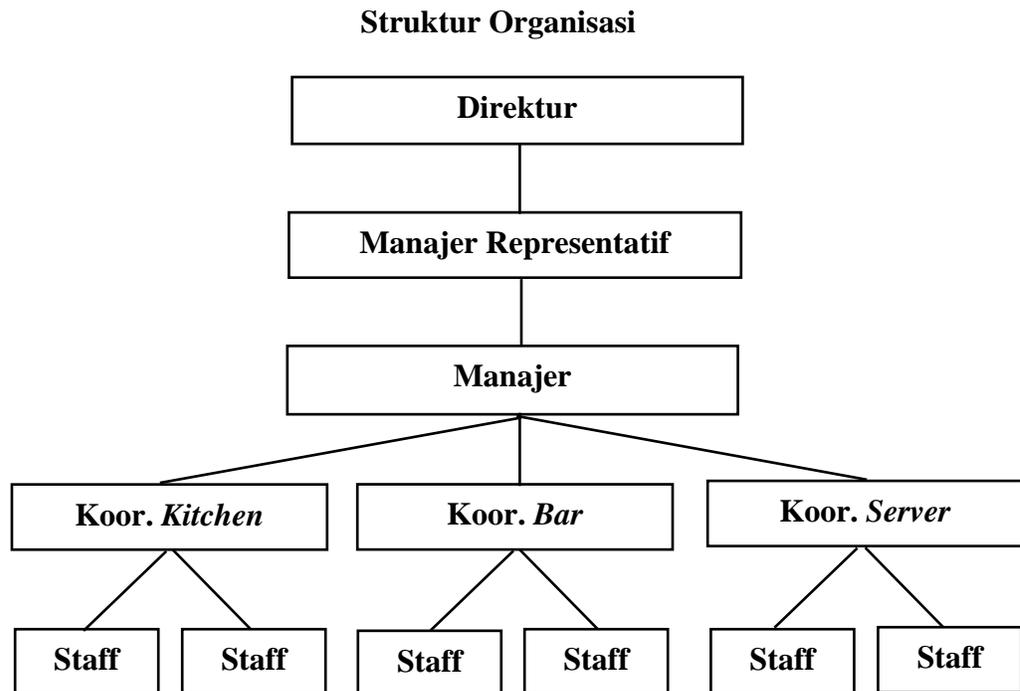
- a. Manajemen operasional menetapkan pegawai harus fokus kepada pelayanan. Pelayanan yang baik menciptakan loyalitas konsumen.
- b. Manajemen pemasaran melalui *Word of Mout*, atau mulut ke mulut serta jejaring sosial seperti *Website*, *Instagram*, dan lain sebagainya.
- c. Manajemen keuangan menggunakan software mesin kasir agar mempermudah pembukuan maupun perencanaan.
- d. Manajemen SDM dengan mengadakan training untuk pegawai dan mengharuskan bekerja sesuai SOP yang di tetapkan.

Produk yang dijual Warunk Upnormal Banjarmasin adalah Indomie dan ayam yang diinovasikan, roti bakar, kentang, nasi, tahu, *beef*, sosis, dan minuman-minuman seperti kopi, *milkshake*, jus sehat, dan lain sebagainya.

Indomie yang disediakan misalnya Indomie Sadis Mampus, Indomie Goreng *Chili Beef*, Indomie Soto Samin, Indomie Goreng Kangkung Pedas, Indomie Tongkol Balado, dan sebagainya. Untuk ayam, ada Ayam Geprek Sambal Konslet, Ayam Cikrezz, Ayam Geprek Sambal Matah, dan lain-lain. Disediakan juga Nasi Gila Abang Ganteng, Bakso Wagyu, Roti *Egg Syamsudin*, Roti *Half-half Greentea Nutella*, dan sebagainya. Minumannya juga disediakan seperti *Taro Latte*, *Greentea Latte*, *Banana Latte*, *Ice Lychee Upnormal*, Kopi Gatot Kaca, dan sebagainya. Mengenai harga, dapat dilihat di pada gambar untuk Indomie, sedangkan untuk nasi-nasi inovatif lainnya

berkisar antara IDR 12.000-37.000 yang paling mahal. Minumannya di bawah IDR 30.000,-

Adapun Struktur Organisasi dapat di gambarkan sebagai berikut :



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Warunk Upnormal Banjarmasin 2019

Sumber : Warunk Upnormal, 2019 (Data diolah)

2. Data Penelitian

a. Karakteristik Responden

Bagian ini menggambarkan keadaan responden yang berjumlah 100 orang yang merupakan konsumen dari Warunk Upnormal Banjarmasin yang memenuhi kriteria yaitu yang pernah berkunjung ke Warunk Upnormal Banjarmasin. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan

responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: Nama, umur, jenis kelamin, alamat, pekerjaan, berapa sering mengunjungi Warunk Upnormal dalam sebulan dan uang saku atau pendapatan. Dari 100 kuesioner yang telah disebar, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

1) Umur Responden

Profil berdasarkan Umur Responden

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	F	%
15 - 20 tahun	29	29 %
21 - 25 tahun	62	62 %
26 – 30 tahun	2	2 %
31 – 35 tahun	2	2%
Lebih dari 35 tahun	5	5%
Jumlah	100	100 %

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas menyatakan bahwa konsumen Warunk Upnormal Banjarmasin yang diambil sebagai responden berjumlah 100 orang yang berusia 15-20 tahun sebanyak 29 orang atau 29%, 21-25 tahun sebanyak 62 orang atau 62%, 26-30 tahun sebanyak 2 orang atau 2%, 31-35 tahun sebanyak 2 orang atau 2% dan lebih dari 35 tahun sebanyak 5 orang atau 5%. Dalam proses pengumpulan data ini, penulis tidak menemukan responden yang berusia dibawah 15 tahun.

2) Jenis Kelamin

Profil berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	61	61%
Perempuan	39	39%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel data di atas menyatakan bahwa untuk responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 61 orang atau 61%, sedangkan untuk responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 39 orang atau 39%, Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen dari Warunk Upnormal Banjarmasin yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data adalah Laki-laki.

3) Pekerjaan

Pekerjaan konsumen Warunk Upnormal Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	F	%
Pelajar	12	12%
Mahasiswa	44	44%
Swasta	27	27%
Pedagang	10	10%
Perawat	3	3%
Guru	1	1%
Ibu Rumah Tangga	3	3%
Jumlah	100	100 %

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Pada penelitian ini terdapat 7 jenis pekerjaan responden yaitu pelajar, Mahasiswa, Swasta, Pedagang, Perawat, Guru, dan Ibu rumah tangga. Dari hasil total sebar responden, masing-masing mempunyai presentase sebagai berikut: konsumen pelajar sebanyak 12 orang atau 12%, Mahasiswa sebanyak 44 orang atau 44%, Swasta 27 orang atau 27%, Pedagang sebanyak 10 orang atau 10%, Perawat sebanyak 3 orang atau 3%, Guru sebanyak 1 orang atau 1%, dan Ibu rumah tangga sebanyak 3 orang atau 3%. Konsumen Mahasiswa yang paling dominan di antara jenis pekerjaan yang lain, dikarenakan mayoritas Konsumen dari Warunk Upnormal Banjarmasin berasal dari kalangan Mahasiswa.

4) Jumlah Kunjung

Jumlah kunjungan konsumen Warunk Upnormal Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjung Dalam 1 Bulan

Jenis Kelamin	F	%
1 kali dalam sebulan	65	65%
Lebih dari 2 kali dalam sebulan	35	35%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa konsumen Warunk Upnormal Banjarmasin yang berkunjung 1 kali dalam sebulan sebanyak 65 orang atau 65%, dan yang berkunjung lebih dari 2 kali dalam sebulan yaitu sebanyak 35 orang atau 35%.

5) Uang Saku atau Pendapatan

Uang saku atau pendapatan konsumen Warunk Upnormal Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang saku atau
Pendapatan

Uang saku atau Pendapatan	F	%
Rp.500.000 – Rp 1.000.000,-	10	10%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000,-	44	44%
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000,-	30	30%
>Rp. 3.000.000,-	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa konsumen Warunk Upnormal Banjarmasin yang diambil sebagai responden memiliki kisaran uang saku atau pendapatan perbulannya Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000/ bulan sebanyak 10 orang atau 10%, berikutnya Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000/ bulan sebanyak 44 orang atau 44%, kisaran Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000/ bulan sebanyak 30 orang atau 30%, dan yang >Rp. 3.000.000/ bulan sebanyak 16 orang atau 16%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen di Warunk Upnormal Banjarmasin Rata-rata pendapatannya Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000/ bulan.

3. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validasi item, yaitu menguji validasi terhadap kualitas item-itemnya. Pada hasil

analisis item teknik korelasi untuk menentukan validasi item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan. Pengujian dilakukan terhadap seluruh responden penelitian, yang selanjutnya diperoleh koefisien korelasi *product moment* dari hasil perhitungan, apabila nilai koefisien *product moment* lebih besar dari 0,3 maka item soal dinyatakan valid. Untuk lebih jelasnya mengenai uji data secara validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Faktor	Item	Validitas	
		R	Ket
Harga (X ₁)	X1.1	0,823	Valid
	X1.2	0,800	Valid
	X1.3	0,852	Valid
	X1.4	0,692	Valid
	X1.5	0,837	Valid
Suasana/ Desain (X ₂)	X2.1	0,794	Valid
	X2.2	0,851	Valid
	X2.3	0,726	Valid
	X2.4	0,595	Valid
	X2.5	0,731	Valid
Lokasi (X ₃)	X3.1	0,765	Valid
	X3.2	0,778	Valid
	X3.3	0,819	Valid
	X3.4	0,791	Valid
	X3.5	0,585	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,743	Valid
	Y.2	0,783	Valid
	Y.3	0,724	Valid
	Y.4	0,725	Valid
	Y.5	0,602	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid karena nilai koefisien korelasi yang dihasilkan lebih besar dari 0,3.

b. Uji Reliabilitas

Pengukuran terhadap reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Alfa Cronbach (α). Dimana, biasanya reliabilitas suatu instrumen dapat diterima jika Alfa Cronbach minimal 0,7. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dinyatakan bahwa faktor penelitian adalah reliabel. Sedangkan nilai Alfa Cronbach masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Faktor	Nilai Alpha	Keterangan
1	Harga (X1)	0,870	Reliabel
2	Suasana/ Desain (X2)	0,822	Reliabel
3	Lokasi (X3)	0,797	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	0,765	Reliabel

Sumber: Hasil penelitian 2019 (Data diolah)

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas tersebut, dapat diketahui bahwa seluruh faktor penelitian dinyatakan reliabel, karena nilai Alfa Cronbach yang di hasilkan adalah lebih besar dari 0,6.

c. Deskripsi Variabel

Dari data yang diperoleh melalui hasil pembagian kuesioner kepada responden, gambaran yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di Warunk Upnormal Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Variabel Harga (X_1)

- a) Indikator harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal sangat terjangkau

Tabel 4.8
Tanggapan terhadap Harga Makanan dan Minuman di Warunk Upnormal Sangat Terjangkau

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	22	22%
2	Setuju	42	42%
3	Kurang Setuju	31	31%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 22 orang atau (22%), responden yang memilih Setuju sebanyak 42 orang atau (42%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 31 orang atau (31%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau (4%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 42 orang atau (42%) yang artinya konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal sangat terjangkau

- b) Indikator harga dan minuman di Warunk Upnormal sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Harga dan Minuman di Warunk Upnormal
Telah Sesuai dengan Kualitas Produk yang Ditawarkan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	23	23%
2	Setuju	48	48%
3	Kurang Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 23 orang atau (23%), responden yang memilih Setuju sebanyak 48 orang atau (48%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju berjumlah 48 orang atau (48%) yang artinya konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal telah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

- c) Indikator Harga makanan dan Minuman di Warunk Upnormal merupakan alasan untuk berkunjung

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Harga Makanan dan Minuman
di Warunk Upnormal Merupakan Alasan Untuk Berkunjung

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	16%
2	Setuju	51	51%
3	Kurang Setuju	24	24%

4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Setuju sebanyak 51 orang atau (51%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 24 orang atau (24%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 7 orang atau (7%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju berjumlah 51 orang atau (51%) konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal merupakan alasan untuk berkunjung.

- d) Indikator Harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal lebih rendah dari pada harga di Cafe lain

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Harga Makanan dan Minuman di Warunk Upnormal Lebih Rendah Dari pada Harga di Cafe Lain

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	44	44%
3	Kurang Setuju	37	37%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 14 orang atau (14%), responden yang memilih Setuju sebanyak

44 orang atau (44%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 37 orang atau (37%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau (3%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju berjumlah 44 orang atau (44%), konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal lebih rendah dari pada harga di cafe lain.

- e) Indikator Harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal stabil

Tabel 4.12.
Tanggapan Responden Terhadap Harga Makanan dan Minuman di Warunk Upnormal Stabil

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	20	20%
2	Setuju	45	45%
3	Kurang Setuju	28	28%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 20 orang atau (20%), responden yang memilih Setuju sebanyak 45 orang atau (45%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 28 orang atau (28%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 45 orang atau (45%), mayoritas responden setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal stabil.

2) Variabel Suasana/ Desain (X_2)

- a) Indikator papan nama di Warunk Upnormal sangat jelas sehingga mudah untuk Dikenal.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Papan nama di Warunk Upnormal Sangat Jelas Sehingga Mudah untuk Dikenal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	45	45%
3	Kurang Setuju	10	10%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 39 orang atau (39%), responden yang memilih Setuju sebanyak 45 orang atau (45%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 10 orang atau (10%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau (4%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 45 orang atau (45%), konsumen setuju dengan Papan nama di Warunk Upnormal sangat jelas sehingga mudah untuk di kenal.

- b) Indikator Tata letak atau layout (meja, kursi, suara, lampu, colokan listrik) di Warunk Upnormal sesuai dan rapi

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Tata letak atau layout (Meja, Kursi, Suara, Lampu, Colokan Listrik) di Warunk Upnormal Sesuai dan Rapi

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	58	58%
3	Kurang Setuju	9	9%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 27 orang atau (27%), responden yang memilih Setuju sebanyak 58 orang atau (58%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 9 orang atau (9%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 58 orang atau (58%) yang artinya konsumen setuju dengan Tata letak atau layout (meja, kursi, suara, lampu, colokan listrik) di Warunk Upnormal sesuai dan rapi.

- c) Indikator Pencahayaan di Warunk Upnormal sudah memadai dan sesuai untuk nongkrong

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Pencahayaan di Warunk Upnormal Sudah Memadai dan Sesuai untuk Nongkrong

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	62	62%
3	Kurang Setuju	6	6%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Setuju sebanyak 62 orang atau (62%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 6 orang atau (6%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 62 orang atau (62%) yang artinya konsumen Setuju dengan Pencahayaan di Warunk Upnormal sudah memadai dan sesuai untuk nongkrong.

d) Indikator Warna latar di Warunk Upnormal biasa saja

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Warna latar di Warunk Upnormal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	5	5%
2	Setuju	67	67%
3	Kurang Setuju	23	23%
4	Tidak Setuju	3	3%

5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), responden yang memilih Setuju sebanyak 67 orang atau (67%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 23 orang atau (23%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau (3%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju berjumlah 67 orang atau (67%) konsumen Setuju dengan Warna latar di Warunk Upnormal biasa saja.

- e) Indikator Sirkulasi Udara dan suhu di Warunk Upnormal terasa dingin dan segar

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Terhadap Sirkulasi Udara dan Suhu di Warunk Upnormal Terasa Dingin dan Segar

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	55	55%
3	Kurang Setuju	19	19%
4	Tidak Setuju	12	12%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 13 orang atau (13%), responden yang memilih Setuju sebanyak 55 orang atau (55%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 19

orang atau (19%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 12 orang atau (12%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 55 orang atau (55%) konsumen Setuju dengan Sirkulasi Udara dan suhu di Warunk Upnormal terasa dingin dan segar.

3) Variabel Lokasi (X_3)

a) Indikator Lahan Parkir di Warunk Upnormal sudah mencukupi

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Terhadap Lahan Parkir di Warunk Upnormal Sudah Mencukupi

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	11	11%
2	Setuju	50	50%
3	Kurang Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 11 orang atau (11%), responden yang memilih Setuju sebanyak 50 orang atau (50%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 9 orang atau (9%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau (4%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 50 orang atau (50%) konsumen Setuju dengan Lahan Parkir di Warunk Upnormal sudah mencukupi.

b) Indikator Warunk Upnormal letak atau Lokasi sudah strategis

Tabel 4.19.
Tanggapan Responden Terhadap Warunk Upnormal Letak atau Lokasi Sudah Strategis

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	52	52%
3	Kurang Setuju	7	7%
4	Tidak Setuju	15	15%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 25 orang atau (25%), responden yang memilih Setuju sebanyak 52 orang atau (52%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 7 orang atau (7%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 15 orang atau (15%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 52 orang atau (52%) konsumen Setuju dengan Warunk Upnormal letak atau Lokasi sudah strategis.

c) Indikator Warunk Upnormal sudah cukup luas.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Terhadap Warunk Upnormal sudah Cukup Luas

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	55	55%
3	Kurang Setuju	24	24%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 13 orang atau (13%), responden yang memilih Setuju sebanyak 55 orang atau (55%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 24 orang atau (24%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 6 orang atau (6%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 55 orang atau (55%) yang artinya konsumen Setuju dengan Warunk Upnormal sudah cukup luas.

d) Indikator Warunk Upnormal Mudah di Jangkau

Tabel 4.21.
Tanggapan Responden Terhadap Warunk Upnormal Mudah Dijangkau

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	16%
2	Setuju	63	63%
3	Kurang Setuju	16	16%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Setuju sebanyak 63 orang atau (63%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau (3%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju

dengan jumlah 63 orang atau (63%) konsumen Setuju dengan Warunk Upnormal Mudah di Jangkau.

- e) Indikator Warunk Upnormal Tidak dilalui Transportasi umum

Tabel 4.22.
Tanggapan Responden Terhadap Warunk Upnormal Tidak dilalui Transportasi Umum

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	33	33%
3	Kurang Setuju	40	40%
4	Tidak Setuju	11	11%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 15 orang atau (15%), responden yang memilih Setuju sebanyak 33 orang atau (33%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 40 orang atau (40%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 11 orang atau (11%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 40 orang atau (40%) konsumen Kurang Setuju dengan Warunk Upnormal Tidak dilalui Transportasi umum.

- 4) Variabel Keputusan Pembelian (Y)
- a) Indikator ke Warunk Upnormal karena ingin tahu apa itu Warunk Upnormal.

Tabel 4.23.
Tanggapan Responden Terhadap ke Warunk Upnormal Karena Ingin Tahu apa itu Warunk Upnormal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	42	42%
3	Kurang Setuju	21	21%
4	Tidak Setuju	21	21%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel diatas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 15 orang atau (15%), responden yang memilih Setuju sebanyak 42 orang atau (42%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 21 orang atau (21%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 21 orang atau (21%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 42 orang atau (42%) konsumen Setuju ke Warunk Upnormal karena ingin tahu apa itu Warunk Upnormal.

- b) Indikator Mencari Informasi tentang Warunk Upnormal sebelum berkunjung kesana

Tabel 4.24.
Tanggapan Responden Terhadap Mencari Informasi tentang Warunk Upnormal Sebelum Berkunjung Kesana

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	39	39%
3	Kurang Setuju	27	27%
4	Tidak Setuju	19	19%

5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel diatas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 13 orang atau (13%), responden yang memilih Setuju sebanyak 39 orang atau (39%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 27 orang atau (27%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 19 orang atau (19%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 39 orang atau (39%) konsumen Setuju Mencari Informasi tentang Warunk Upnormal sebelum berkunjung kesana.

- c) Indikator Memutuskan untuk ke Warunk Upnormal setelah membandingkan dengan cafe lain

Tabel 4.25.
Tanggapan Responden Terhadap Memutuskan Untuk ke Warunk Upnormal Setelah Membandingkan dengan Café Lain

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	19	19%
2	Setuju	30	30%
3	Kurang Setuju	42	42%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel diatas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 19 orang atau (19%), responden yang memilih Setuju sebanyak 30 orang atau (30%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 42

orang atau (42%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 7 orang atau (7%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 42 orang atau (42%) konsumen Kurang Setuju Memutuskan untuk ke Warunk Upnormal setelah membandingkan dengan cafe lain.

- d) Indikator Tertarik ke Warunk Upnormal karena banyak pilihan menunya

Tabel 4.26.
Tanggapan Responden Terhadap Tertarik ke Warunk Upnormal Karena Banyak Pilihan Menunya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	23	23%
2	Setuju	44	44%
3	Kurang Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel diatas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 23 orang atau (23%), responden yang memilih Setuju sebanyak 44 orang atau (44%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 44 orang atau (44%) konsumen Setuju Tertarik ke Warunk Upnormal karena banyak pilihan menunya.

- e) Indikator akan melakukan pembelian atau berkunjung ulang ke Warunk Upnormal

Tabel 4.27.
Tanggapan Responden Terhadap akan Melakukan Pembelian atau Berkunjung Ulang ke Warunk Upnormal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	16%
2	Setuju	52	52%
3	Kurang Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Setuju sebanyak 52 orang atau (52%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 26 orang atau (26%) konsumen Kurang Setuju akan melakukan pembelian atau berkunjung ulang ke Warunk Upnormal.

- d. Uji Asumsi klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, faktor pengganggu atau residual memiliki distribusi. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov smirnov*. Konsep dasar dari uji ini

adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Penerapan pada uji ini adalah jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal. Untuk mengetahuinya dilakukan dengan memperhatikan output SPSS berikut :

Tabel 4.28.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,15857712
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,045
	Negative	-,091
Test Statistic		,909
Asymp. Sig. (2-tailed)		,381
Test distribution is Normal. Calculated from data		

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,381 (lebih besar dari 0,05). Hal ini memperlihatkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antara faktor independen. Modal regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara faktor independen. Jika faktor independen saling berkorelasi, maka faktor-faktor ini tidak ortogonal.

Faktor ortogonal adalah faktor independen sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi. Dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Varians Inflation Faktor* (VIF) masing-masing faktor bebas terhadap faktor terkait. Jika *Tolerance* lebih besar 0,1 dan VIF tidak sebesar dari pada 10 maka dalam model tidak terdapat multikolinieritas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.29.
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.194	1,471		,812	,419		
	Harga	,425	,083	,441	5,137	,000	,574	1,741
	Suasana/ Desain	,263	,096	,255	2,751	,007	,493	2,027
	Lokasi	,200	,089	,198	2,323	,022	,584	1,713
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas. Karena semua pertimbangan dan syarat-syarat penelitian uji multikolinieritas sudah terpenuhi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan uji glejser bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu:

- a) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t -tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- b) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t -tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.30.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,983	,830		2,389	,019
	Harga	-,081	,047	-,229	-1,745	,084
	Suasana/ Desain	,105	,054	,275	1,939	,055
	Lokasi	-,040	,049	-,108	-,829	,409

a. Dependent Variable: Absoluted_Residual

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai $\text{Sig. } X_1 = 0,084 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, $\text{Sig. } X_2 = 0,055 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$, dan $\text{Sig. } X_3 = 0,409 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga, Desain/ Suasana, dan Lokasi terhadap variabel terkait yaitu Keputusan Pembelian. Model persamaan regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,194 + 425 + 263 + 200 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X_1 : Harga

X_2 : Desain/ Suasana

X_3 : Lokasi

a : Nilai Konstanta

b : koefisien Regresi

c : *error term* (standar error)

- 1) Nilai konstanta sebesar 1,194 menunjukkan bahwa apabila faktor X_1 , X_2 , dan X_3 , tidak mengalami perubahan, maka Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 1,194.
- 2) Nilai koefisien positif pada faktor Harga (X_1), menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah, dimana peningkatan pada faktor Harga (X_1) akan berdampak pada peningkatan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 42,5%.
- 3) Nilai koefisien positif pada faktor faktor Suasana/Desain (X_2), menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah, dimana peningkatan pada faktor Suasana/Desain (X_2) akan berdampak pada peningkatan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 26,3%.
- 4) Nilai koefisien positif pada faktor Lokasi (X_3), menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah, dimana peningkatan pada faktor Lokasi (X_3) akan berdampak pada peningkatan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 20%.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, desain/ suasana dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Warunk Upnormal Banjarmasin maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis penelitian terhadap variabel-variabel dengan pengujian, yaitu uji t (uji signifikan parsial), uji f (uji simultan) dan uji koefisien determinasi.

a) Uji t (uji signifikan parsial)

Uji t digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi yaitu variabel independen tidak sama dengan nol, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.31.
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,194	1,471		,812	,419
	Harga	,425	,083	,441	5,137	,000
	Desain/ Suasana	,263	,096	,255	2,751	,007
	Lokasi	,200	,086	,198	2,323	,022

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat pengaruh yang diberikan masing-masing factor bebas terhadap factor-faktor terikat adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor Harga (X_1), memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,137 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,137 > 1,984$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih rendah dari taraf signifikan ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa: Terdapat pengaruh faktor harga terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal, adalah diterima.
- 2) Faktor Suasana/Desain (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,751 dan tingkat signifikan sebesar 0,007. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Suasana/Desain (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,751 > 1,984$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan ($0,007 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa: Terdapat pengaruh faktor suasana/desain terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal, adalah diterima.
- 3) Faktor Lokasi (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,323 dan tingkat signifikan sebesar 0,022. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor

Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,323 > 1,984$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih rendah dari taraf signifikan ($0,022 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa: Terdapat pengaruh faktor lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal, adalah diterima.

b) Uji F (uji simultan)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (Harga, Desain/ Suasana dan Lokasi) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian)

Tabel 4.32.
Hasil uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	674,354	3	224,785	46,781	,000 ^b
	Residual	461,286	96	4,805		
	Total	1135,640	99			
a. Predictors: (Constant), Harga, Desain/ Suasana						
b. Devendent Variabel: Keputusan Pembelian						

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat diketahui bahwa angka F_{hitung} ternyata lebih besar dari F_{tabel} ($46,781 > 2,802$), dengan demikian terbukti bahwa semua faktor independen (X) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap faktor dependen (Y). Hal

itu juga dilihat berdasarkan nilai sig. F sebesar 0,000 berada di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah layak.

c) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisiensi determinasi atau *adjusted R²* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent/ bebas (variabel harga, desain/ suasana dan lokasi) menjelaskan variabel dependent/ terikat (keputusan pembelian) atau untuk mengetahui besar presentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

Tabel 4.33.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,771 ^a	,594	,581	2,192
a. Predictors: (Constant), Harga, Desain/ Suasana, Lokasi				
b. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian				

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, nilai R dengan nilai sebesar 0,771 atau 77,1% adalah koefisien korelasi yang menunjukkan hubungan antara faktor Harga (X_1), Suasana/Desain (X_2), dan Lokasi (X_3) dengan Keputusan Pembelian (Y). Nilai korelasi tersebut menunjukkan tingkat hubungan yang tinggi karena berada di antara 0,600 sampai dengan 0,799, Nilai *RSquare* dengan nilai 0,594 adalah R kuadrat, yang menunjukkan bahwa faktor independent yang diambil dalam penelitian ini memiliki kontribusi pengaruh terhadap faktor dependent sebesar 59,4% sehingga selebihnya

sebesar 40,6% adalah faktor-faktor lain yang tidak dikemukakan dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* model regresi ini adalah sebesar 0,581 yang menunjukkan bahwa variasi atau naik-turunnya Faktor Dependen (Y) dipengaruhi oleh Faktor Independen (X) sebesar 58,1%.

B. Laporan Penelitian

1) Pengaruh Secara Parsial Harga terhadap Keputusan pembelian di Warunk Upnormal Banjarmasin

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis, Faktor Harga (X_1), memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,137 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,137 > 1,984$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih rendah dari taraf signifikan ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa: Terdapat pengaruh faktor harga terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal, adalah diterima.

Menurut Kotler, harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang diperuntukan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas produk dan jasa. Dengan rumusan ini, harga bisa berwujud bermacam-macam. Perbankan menajdi suku bunga sebagai harga yang ditawarkannya. Taksi menerapkan abondemen argo dalam tarif perjarak/ lama perjalanan. Para pialang dan agen penjualan menetapkan harga secara jitu. Akan tetapi

sebelum bergerak lebih jauh, ada baiknya kita juga menyadari bahwa faktor harga juga tidak selamanya menjadi faktor penentu.

Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 22 orang atau (22%), responden yang memilih Setuju sebanyak 42 orang atau (42%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 31 orang atau (31%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau (4%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 42 orang atau (42%) yang artinya konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal sangat terjangkau, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 23 orang atau (23%), responden yang memilih Setuju sebanyak 48 orang atau (48%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 48 orang atau (48%) yang artinya konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal telah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Setuju sebanyak 51 orang atau (51%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 24 orang atau (24%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 7 orang atau (7%), dan responden yang memilih Sangat

Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 51 orang atau (51%) yang artinya konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal merupakan alasan untuk berkunjung. Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 14 orang atau (14%), responden yang memilih Setuju sebanyak 44 orang atau (44%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 37 orang atau (37%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau (3%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 44 orang atau (44%) yang artinya konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal lebih rendah dari pada harga di cafe lain. Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 20 orang atau (20%), responden yang memilih Setuju sebanyak 45 orang atau (45%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 28 orang atau (28%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 45 orang atau (45%) yang artinya konsumen setuju dengan harga makanan dan minuman di Warunk Upnormal stabil.

2) Pengaruh secara parsial Desain/ Suasana terhadap keputusan pembelian

Faktor Suasana/Desain (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,751 dan tingkat signifikan sebesar 0,007. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor

Suasana/Desain (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,751 > 1,984$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan ($0,007 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa: Terdapat pengaruh faktor suasana/desain terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal, adalah diterima.

Di Indonesia, desain interior sudah berkembang selama kurang lebih 50 tahun. Hanya saja, tidak semua masyarakat kita tahu secara detail seluk beluknya. Nama desain interior memang terdengar cukup familiar di telinga masyarakat kita. Meski demikian, masih sering terjadi pemahaman yang kurang tepat atau tidak utuh tentang desain interior sebenarnya. Desain interior dapat menjelaskan latar belakang dan alasan dari terwujudnya sebuah desain rancangan. sebuah konsep mampu membuat desain rancangan menjadi kuat, berkarakter dan relevan terhadap fungsi maupun estetikanya.

Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 39 orang atau (39%), responden yang memilih Setuju sebanyak 45 orang atau (45%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 10 orang atau (10%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau (4%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 45 orang atau (45%) yang artinya konsumen setuju dengan Papan

nama di Warunk Upnormal sangat jelas sehingga mudah untuk di kenal, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 27 orang atau (27%), responden yang memilih Setuju sebanyak 58 orang atau (58%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 9 orang atau (9%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 58 orang atau (58%) yang artinya konsumen setuju dengan Tata letak atau layout (meja, kursi, suara, lampu, colokan listrik) di Warunk Upnormal sesuai dan rapi, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Setuju sebanyak 62 orang atau (62%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 6 orang atau (6%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 62 orang atau (62%) yang artinya konsumen Setuju dengan Pencahayaan di Warunk Upnormal sudah memadai dan sesuai untuk nongkrong, Berdasarkan hasil dari yang memilih Sangat Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), responden yang memilih Setuju sebanyak 67 orang atau (67%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 23 orang atau (23%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau (3%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui

bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 67 orang atau (67%) yang artinya konsumen Setuju dengan Warna latar di Warunk Upnormal biasa saja, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 13 orang atau (13%), responden yang memilih Setuju sebanyak 55 orang atau (55%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 19 orang atau (19%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 12 orang atau (12%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 55 orang atau (55%) yang artinya konsumen Setuju dengan Sirkulasi Udara dan suhu di Warunk Upnormal terasa dingin dan segar.

3) Pengaruh secara parsial Lokasi terhadap keputusan pembelian di Warunk Upnormal Banjarmasin

Faktor Lokasi (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,323 dan tingkat signifikan sebesar 0,022. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,323 > 1,984$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih rendah dari taraf signifikan ($0,022 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa: Terdapat pengaruh faktor lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal, adalah diterima.

Lokasi adalah faktor utama dalam pemilihan toko konsumen, hal ini juga merupakan keuntungan bersaing yang tidak dengan mudah ditiru.

Contohnya, Carrefour yang selalu menentukan lokasi di daerah strategis. Menemukan lokasi yang bagus secara khusus sangat menantang pesaing, hal ini sering diperlihatkan Starbucks. Starbucks menciptakan keberadaan pasar yang sangat sulit untuk disaingi. Selain itu lokasi berbeda memudahkan dalam memperkirakan seringnya pengiriman. Melalui pemilihan lokasi yang tepat mempunyai keuntungan yaitu pertama, merupakan komitmen sumber daya jangka panjang.

Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 11 orang atau (11%), responden yang memilih Setuju sebanyak 50 orang atau (50%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 9 orang atau (9%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau (4%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 50 orang atau (50%) yang artinya konsumen Setuju dengan Lahan Parkir di Warunk Upnormal sudah mencukupi, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 25 orang atau (25%), responden yang memilih Setuju sebanyak 52 orang atau (52%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 7 orang atau (7%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 15 orang atau (15%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 52 orang atau (52%) yang artinya konsumen Setuju dengan Warunk Upnormal letak atau Lokasi sudah strategis, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih

Sangat Setuju sebanyak 13 orang atau (13%), responden yang memilih Setuju sebanyak 55 orang atau (55%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 24 orang atau (24%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 6 orang atau (6%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 55 orang atau (55%) yang artinya konsumen Setuju dengan Warunk Upnormal sudah cukup luas. Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Setuju sebanyak 63 orang atau (63%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau (3%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Setuju dengan jumlah 63 orang atau (63%) yang artinya konsumen Setuju dengan Warunk Upnormal Mudah di Jangkau, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 15 orang atau (15%), responden yang memilih Setuju sebanyak 33 orang atau (33%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 40 orang atau (40%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 11 orang atau (11%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 40 orang atau (40%) yang artinya konsumen Kurang Setuju dengan Warunk Upnormal Tidak dilalui Transportasi umum.

4) Pengaruh secara simultan keputusan pembelian di Warunk Unnormal Banjarmasin

Berdasarkan tabel di atas, dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat diketahui bahwa angka F_{hitung} ternyata lebih besar dari F_{tabel} ($46,781 > 2,802$), dengan demikian terbukti bahwa semua faktor independen (X) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap faktor dependen (Y). Hal itu juga dilihat berdasarkan nilai sig. F sebesar 0,000 berada di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah layak.

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan antara beberapa perilaku yang berbeda. Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu di antaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Dalam memperlakukan pengambilan

keputusan konsumen sebagai suatu pemecahan masalah mengansumsikan bahwa konsumen memiliki sasaran yang ingin di capai atau dipuaskan.

Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 15 orang atau (15%), responden yang memilih Setuju sebanyak 42 orang atau (42%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 21 orang atau (21%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 21 orang atau (21%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 42 orang atau (42%) yang artinya konsumen Setuju ke Warunk Upnormal karena ingin tahu apa itu Warunk Upnormal, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 13 orang atau (13%), responden yang memilih Setuju sebanyak 39 orang atau (39%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 27 orang atau (27%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 19 orang atau (19%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 39 orang atau (39%) yang artinya konsumen Setuju Mencari Informasi tentang Warunk Upnormal sebelum berkunjung kesana, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 19 orang atau (19%), responden yang memilih Setuju sebanyak 30 orang atau (30%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 42 orang atau (42%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 7 orang atau (7%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau

(2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 42 orang atau (42%) yang artinya konsumen Kurang Setuju Memutuskan untuk ke Warunk Upnormal setelah membandingkan dengan cafe lain, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 23 orang atau (23%), responden yang memilih Setuju sebanyak 44 orang atau (44%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau (2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 44 orang atau (44%), konsumen Setuju Tertarik ke Warunk Upnormal karena banyak pilihan menuanya, Berdasarkan hasil dari responden yang memilih Sangat Setuju sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memilih Setuju sebanyak 52 orang atau (52%), responden yang memilih Kurang Setuju sebanyak 26 orang atau (26%), responden yang memilih Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau (5%), dan responden yang memilih Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau (1%). Dari data di atas dapat diketahui bahwa jawaban Kurang Setuju dengan jumlah 52 orang atau (52%) konsumen Setuju akan melakukan pembelian atau berkunjung ulang ke Warunk Upnormal.