

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE
GEROBAK DI PAYAKUMBUH**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*



OLEH

SINDI MAYORA

185210526

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sindi mayora
NPM : 185210526
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh

Disahkan Oleh:
Pembimbing

Dr. Eva Sundari, SE., MM

Diketahui :

Ketua Program Studi

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6/9/22 Dekan

(Dr. Eva Sundari, SE.,MM, CRBC)


(Abd. Razak Jer, SE.,M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

.alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Telp. (0761) 674674
Fax. (0761) 674834 Pekanbaru – 28284

TANDA PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Sindi Mayora
NPM : 185210526
Jurusan : Manajemen
Sponsor : Dr Eva Sundari SE., MM
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Café Gerobak Di Payakumbuh
Disetujui Oleh : Tim Penyeminar/Penguji Skripsi

Nama Dosen

1. Drs. Syadanur , M., Si
2. Devi Kurniawati SE., MM

Pekanbaru, 5 April 2022

Mengetahui

Pembimbing

Dr Eva Sundari SE., MM

Ketua Program Studi



Abdul Razak Jer, SE, M.Si.



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp.(0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru-28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Sindi Mayora
NPM : 185210526
Program Studi : Manajemen S1
Sponsor : Dr Eva Sundari SE., MM
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Gerobak Di Payakumbuh

No.	Waktu	Catatan	Berita Acara	Paraf
		Sponsor		Sponsor
1.	21/10/2021	x	- Kerangka pemikiran disesuaikan - Halaman yang diperbaiki di cek Kembali - Rumusan masalah dan Tujuan di perbaiki	
2.	08/11/2021	x	- Acc seminar proposal	
3.	27/12/2021	x	- Acc revisi proposal	
4.	29/12/2021	X	- Rencana kuesioner	
5	02/03/2022	x	- Perbaiki bab IV, V, VI - Perbaiki penjelasan	
6	07/3/2022	X	- Acc ujian seminar hasil	

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Pekanbaru, 05 April 2022
Wakil Dekan I



Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 393/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 29 Maret 2022, Maka pada Hari Rabu 30 Maret 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2021/2022.

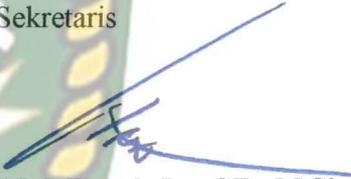
- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Sindi Mayora |
| 2. NPM | : 185210526 |
| 3. Program Studi | : Manajemen SI |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gerobak di Payakumbuh. |
| 5. Tanggal ujian | : 30 Maret 2022 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B+) 79,5 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua

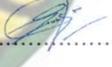
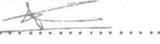
Sekretaris


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan Bidang Akademis


Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC
2. Drs. Syahdanur, M.Si
3. Devi Kurniawati, SP., MM

 (.....)
 (.....)
 (.....)

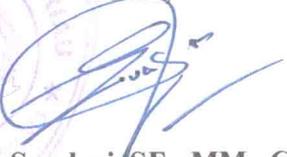
Notulen

1. Devi Kurniawati, SP., MM

 (.....)

Pekanbaru, 30 Maret 2022

Mengetahui
Dekan,


Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 393 / Kpts/FE-UIR/2022
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilak sanakan ujian skripsi /oral komprehensve sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

- Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

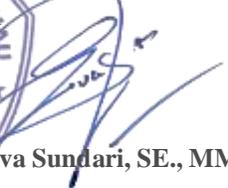
- Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

N a m a : Sindi Mayora
N P M : 185210526
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gerobak di Payakumbuh

2. Penguji ujian skripsi/oral komprehensve maahsiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Sistematika	Sekretaris
3	Devi Kurniawati, SE., MM	Asisten Ahli C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Devi Kurniawati, SE., MM	Asisten Ahli C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 30 Maret 2022
Dekan

Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Sindi Mayora
NPM : 185210526
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.
Hari/Tanggal : Rabu 30 Maret 2022
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Syahdanur, M.Si		
2	Devi Kurniawati, SP., MM		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 78)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan I

Pekanbaru, 30 Maret 2022
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 1264/Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Membaca : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 2021-10-26 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang : Bahwa dalam membantu Mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga mendapat hasil yang baik, perlu ditunjuk dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa tersebut
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
 2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
 3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
 5. SK. Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. A/YLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021
 6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.
 7. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Mengangkat Saudara yang tersebut namanya dibawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu :

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.	Lektor	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :
 Nama : Sindi Mayora
 N P M : 185210526
 Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.
- Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 28 Oktober 2021
 Dekan



Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi
2. Arsip File : SK.Dekan Kml Haj

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Sindi Mayora
NPM : 185210526
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.
Pembimbing : 1. Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC
Hari/Tanggal Seminar : Rabu 08 Desember 2021

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC	Ketua	1. 
2.	Drs. Syahdanur, M.Si	Anggota	2. 
3.	Devi Kurniawati, SP., MM	Anggota	3. 

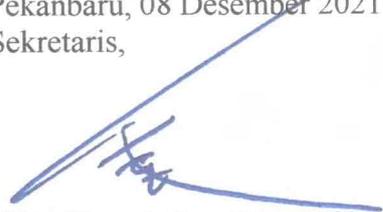
*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA



Pekanbaru, 08 Desember 2021
Sekretaris,


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ GEROBAK DI PAYAKUMBUH

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat keseruan atau sebagian tulisan orang lain saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain. yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan dan dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya yang disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Pekanbaru, 05 April 2022

Saya yang membuat pernyataan

SINDI MAYOR

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN GAYA HIDUP

TERHADAP KEPUTUSAAN PEMBELIAN PADA CAFE GEROBAK DI PAYAKUMBUH

OLEH :

SINDI MAYORA

NPM : 185210526

Penelitian ini di buat bertujuan agar dapat menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan dan gaya hidup secara simultan, positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang menggunakan data primer dan skunder yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner penelitian. Responden yang digunakan sebanyak 100 orang pengunjung cafe. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan gaya hidup secara bersama – sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh. Fktor yang paling dominan dan lebih berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian adalah gaya hidup.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Gaya Hidp, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

INFLUENCE OF QUALITY OF SERVICE AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS ON CAFE GEROBAK IN PAYAKUMBUH

BY :

SINDI MAYORA

NPM : 185210526

This study was made in order to be able to analyze the effect of service quality and lifestyle variables simultaneously, positively and significantly on purchasing decisions at Cafe Gerobak in Payakumbuh. This study uses descriptive quantitative methods that use primary and secondary data obtained through interviews and research questionnaires. Respondents used were 100 cafe visitors. From the results of the study it is known that the variables of service quality and lifestyle together have a significant influence on purchasing decisions at Cafe Gerobak in Payakumbuh. The most dominant and more influential factor on purchasing decision variables is lifestyle.

Keywords: Service Quality, Lifestyle, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas khadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis telah diberikan kekuatan untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selain itu selawat beriring salam juga dikirimkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam jahilia sampe kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Untuk menyelesaikan pendidikan (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentk skripsi. Pada kesempatan ini, penulis membuat skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gerobak Di Payakumbuh”. Peneulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi dan menyelesaikan salah satu syarat dalam memperoleh gelar serjana ekonomi pada jurusan manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Skripsi ini dibuat berdasarkan data yang diperoleh selama melakukan penelitian mulai dari proses pengumpulan data hingga pembahasan dan pelaporan hasil.

Dalam penu;isan skripsi ini, penulis menyadari bahwa sebagai karya manusia biasa, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan penulis menyadari masih bayak terdapat kekurangan dalam penulisan yang baik mauoun metode penulisannya.

Selain itu, penulis juga banyak dapat bantuan baik moril maupun materil serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada

kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih banyak yang sedalam – dalamnya kepada:

1. Kepada Orang tuaku ayahnda Jasman dan ibunda Refnita, terimakasih yang tak sehingga atas segala kasih sayang, cinta, perhatian, dorongan semangat, bantuan baik moril maupun materil dan segala – galanya kepada adanda selama ini
2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH. MCL selaku Rektorat Universitas Islam Riau, yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan ini.
3. Ibuk Dr. Eva Sundari, SE,M.M., C.R.B.C selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam riau
4. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
5. Ibuk Dr. Eva Sundari , SE.,MM., C.R.B.R selaku pembimbing dosen pembimbing yang tidak pernah lelah memberikan nasehat dan bimbingan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan cepat. Meskipun banyak kekurangan dalam penelitian ini, penulis tetap mengucapkan terima kasih sebanyak – banyaknya.
6. Bapak / ibuk dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan pelajaran kepada penulis selama dibangku kuliah serta karyawan/ti Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar di kampus.
7. Terima kasih kepada pihak cafe gerobak yang telah membantu penulis untuk mendukung data data selama melakukan penelitian dan bantuanya.
8. Kepada kakak Mulyadi, Enggis, Nova, Ari yang telah mendoakan dan memberi semangat kepada penulis.
9. Kepada Mario yang telah mendoakan ,memberi semangat, menemani dan membantu selama ini kepada penulis.

10. Kepada teman yang telah banyak membantu dan menemani selama perkuliahan rini, rada, tina,suci
11. Buat teman saya nabila,selsi,loli,dian,asri, telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi
12. Kepada semua teman seangkatan 2018 manajemen khususnya kelas H yang telah saling ingin mengenal dan memberikan motivasi bagi penulis.



Daftar isi

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
2.1 Rumusan Masalah	8
3.1 Tujuan Dan Manfaat Penulisan	8
4.1 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.1.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	17
2.1.4 Karakteristik Pelayanan	18
2.2 Gaya Hidup	19
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup	19

2.2.2 Bentuk Gaya Hidup.....	20
2.2.3 Kategori Gaya Hidup	21
2.2.2 Jenis Gaya Hidup	21
2.3 Kualitas Pelayanan	22
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	22
2.3.2 Jenis Pengambilan Keputusan.....	23
2.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian....	
.....	23
2.3.4 Indikator Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...	23
2.3.5 Proses Pengambilan Keputusan	27
2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian	29
2.5 Hubungan Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian	30
2.6 Penelitian Terdahulu	31
2.7 Kerangka Penelitian	33
2.8 Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Objek Penelitian	35
---------------------------------------	----

3.2 Operasi Variabel.....	35
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	39
3.4 Jenis Dan Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
1. Skala Pengumpulan Data	43
2. Uji Instrumen	43
A. Uji Validitas	43
B. Reliabilitas.....	44
3. Analisis Regresi Linier Berganda	44
4. Uji Hipotesis	45
A. Uji T Parsial	45
B. Uji F Simultan	46
C. Koefisien Determinasi	46

BAB IV GAMBARAN PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat Cafe Gerobak Payakumbuh	48
4.2 Operasional Cafe Gerobak Payakumbuh	49

4.3 Visi Dan Misi	51
-------------------------	----

4.4 Menu Makanan Dan Minuman	51
------------------------------------	----

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identifikasi Responden	55
----------------------------------	----

5.1.1 Identifikasi Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
--	----

5.1.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	56
--	----

5.2 Pembahasan Hasil Penelitian	56
---------------------------------------	----

5.2.1 Analisis Kualitas Pelayanan	56
---	----

5.2.2 Analisis Gaya Hidup	76
---------------------------------	----

5.2.3 Analisis Keputusan Pembelian.....	86
---	----

5.3 Hasil Insrumren	96
---------------------------	----

1. Uji Validilitas	96
--------------------------	----

2. Uji Reliabilitas.....	98
--------------------------	----

5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	99
--	----

5.5 Uji Hipotesis.....	101
------------------------	-----

5.5.1 Uji T	101
-------------------	-----

5.5.2 Uji F.....	103
------------------	-----

5.5.3 Uji Determinasi 104

5.6 Pembahasan 105

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan 109

6.2 Saran 109

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

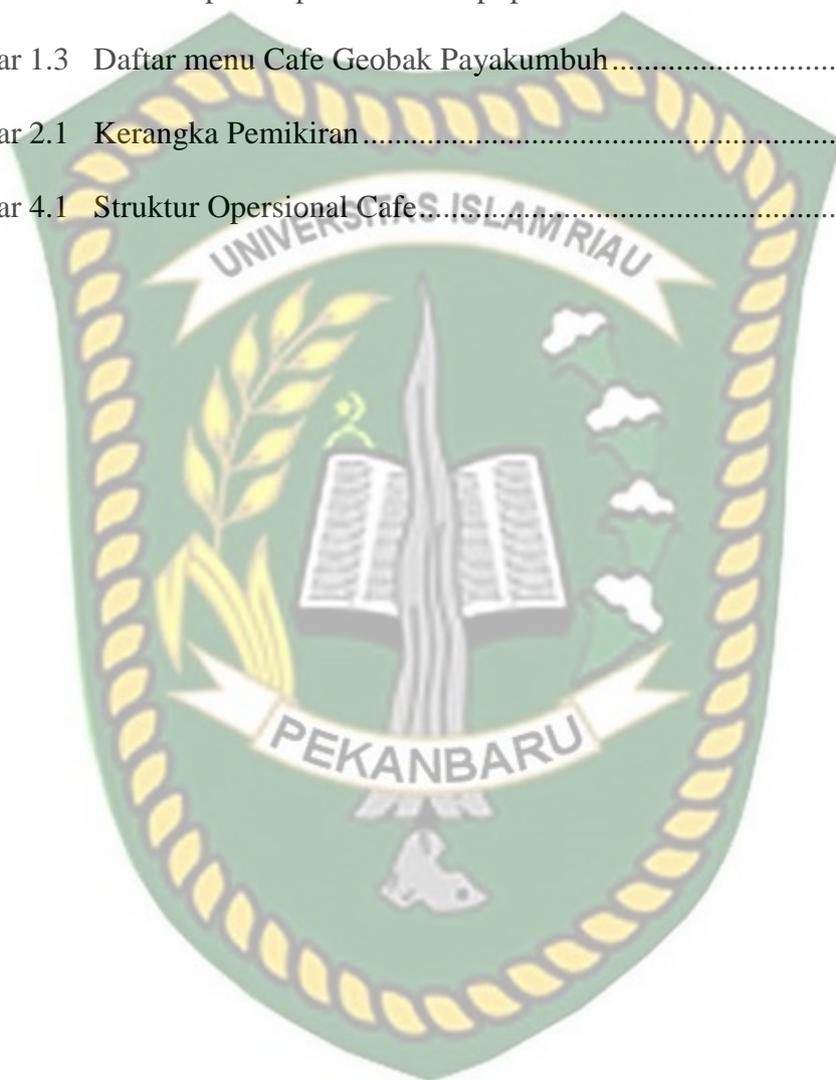
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Operasi Variabel	35
Tabel 4.2	Menu Makanan Dan Minuman	51
Tabel 5.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 5.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 5.3	Tanggapan Responden Mengenai Perlengkapan Yang Digunakan Pada Cafe Gerobak Payakumbuh.....	58
Tabel 5.4	Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Pada Cafe Geobak Payakumbuh.....	59
Tabel 5.5	Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Karyawan Pada Cafe Gerobak Payakumbuh.....	60
Tabel 5.6	Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Yang Cepat, Tanggap Dan Tepat Waktu Pada Cafe Gerobak Payakumbuh	62
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Dan Kesiapan Seorang Karyawan Dalam Memberikan Jasa Pada Cafe Gerobak Payakumbuh.....	64
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Mengenai Merespon Permintaan Klien Dalam Memberikan Layanan Yang Dibutuhkan Klien Pada Cafe Gerobak Payakumbuh.....	65
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Karyawan Mengenai Pengetahuan Terhadap Suatu Produknya Pada Cafe Gerobak Payakumbuh.....	66

Tabel 5.10	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Keramahan, Perhatian Dan Kesopanan Dalam Melakukan Sebuah Pelayanan Pada Cafe Gerobak Payakumbuh	67
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Mengenai Keterampilan Karyawan Dalam Memberikan Sebuah Informasi Pada Cafe Gerobak Payakumbuh	69
Tabel 5.12	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Memberikan Rasa Aman Kepada Klien Pada Cafe Gerobak Payakumbuh	70
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Mengenai Pengertian, Pengetahuan Perusahaan Untuk Memahami Kebutuhan Dan Keinginan Dari Kliennya Pada Cafe Gerobak Payakumbuh	71
Tabel 5.14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tetang Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	73
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Mengenai Hobi Bersantai – Santai Pada Cafe Gerobak Payakumbuh.....	77
Tabel 5.16	Tanggapan Konsumen Mengenai Cafe Gerobak Bagi Saya Adalah Salah Satu Tempat Hiburan	78
Tabel 5.17	Tanggapan Responden Mengenai Makanan Dan Minuman Di Cafe Gerobak Lebih Nikmat Dari Pada Di Rumah	80
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Mengenai Selalu Menyediakan Uang Untuk Memenuhi Kebutuhan Di Cafe Gerobak	81
Tabel 5.19	Tanggapan Responden Mengenai Produk Makanan Dan Minuman Di Cafe Gerobak Memiliki Kualitas Yang Baik	82

Tabel 5.20	Tanggapan Responden Mengenai Berkunjung Ke Cafe Gerobak Karena Dari Dulu Sudah Terbiasa.....	83
Tabel 5.21	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Gaya Hidup (X2)	84
Tabel 5.22	Tanggapan Responden Mengenai Suka Produk Makanan Atau Minuman Di Cafe Gerobak	87
Tabel 5.23	Tanggapan Responden Mengenai Ketika Saya Berkunjung Ke Cafe Gerobak Saya Selalu Membeli Produk Makana Atau Minuman	89
Tabel 5.24	Tanggapan Responden Mengenai Berkunjung Ke Cafe Gerobak Selalu Ada Penawaran Menu Makana Dan Minuman	90
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Saat Berbelanja Produk Makana Atau Minuman Di Cafe Gerobak.....	91
Tabel 5.26	Tanggapan Responden Mengenai Sering Membeli Produk Makanan Atau Minuman Di Cafe Gerobak	93
Tabel 5.27	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y)	94
Tabel 5.28	Hasil Uji Validitas Instumen Penelitian.....	97
Tabel 5.29	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	98
Tabel 5.30	Hasil Perhitungan Analisis Regresi Berganda	100
Tabel 5.31	Uji T	102
Tabel 5.32	Uji F	103
Tabel 5.33	Uji Determinasi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Cafe Gerobak.....	2
Gambar 1.2	Gambar proses pembuatan kopi pada Cafe Gerobak	2
Gambar 1.3	Daftar menu Cafe Geobak Payakumbuh.....	3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1	Struktur Opersional Cafe.....	49



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan industri makanan di Indonesia sangat berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat jelas dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan bisnis makanan di Indonesia, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia saat ini adalah bisnis di bidang restoran atau cafe. Banyaknya bisnis restoran atau cafe pada saat ini di Indonesia membuat persaingan menjadi kuat dan saling berkompetisi dengan perusahaan lain dalam merebut serta menarik pelanggan agar melakukan pembelian. Restoran dan cafe juga telah berkembang menjadi suatu bisnis yang dapat dipandang dan ditangani sebagai sarana entertainment. Mengelola restoran atau cafe pun tidak gampang karena memerlukan juru masak dan resepep andal, tempat strategis, dekor eksotik, serta pelayan-pelayan yang ramah.

Kota Payakumbuh memantapkan eksistensi dan konsistensi perkembangan di berbagai jalan utama, bahkan di jalan kecil kota Payakumbuh telah berdiri bangunan – bangunan hotel baik dengan skala besar maupun dengan skala kecil, tanpa terkecuali tempat – tempat nongkrong atau cafe.

Tempat nongkrong yang paling banyak di kunjungi adalah tempat yang bisa bersantai dan berkumpul dengan teman – teman serta kerabat. Salah satu tempat nongkrong yang banyak di kunjungi masyarakat adalah cafe, cafe sangat erat hubungannya dengan gaya hidup hal ini dikarenakan cafe sudah menjadi gaya

hidup bagi kebanyakan orang dikalangan masyarakat. Sekarang banyak yang menyediakan tempat dengan desain interior yang menarik dan memberikan pelayanan yang memuaskan serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan.

Gambar 1.1

Gambar Cafe Gerobak



Gambar 1.2

Gambar proses pembuatan kopi pada Cafe Gerobak



Salah satu tempat nongkrong yang digemari masyarakat dan anak muda payakumbuh adalah Cafe Gerobak yang bertempat di JL. Ade Irma Suyani No. 14a, Labuah Baru, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatra Barat

2621. Cafe Gerobak merupakan salah satu cafe yang bergerak di bidang minuman kopi, Cafe Gerobak didirikan pada tahun 2015 oleh Andre dan saat ini telah memiliki 3 cabang kopi shop di Payakumbuh. Cafe Gerobak menyediakan berbagai macam kopi seperti americano, espresso, cappucino, dan lainnya. Cafe Gerobak mendatangkan bahan dasar kopinya dari perusahaan suplayer yang ada di Jakarta yang bernama caswell coffee dan bekerja sama dengan perusahaan suplayer dua pintu di Padang, sedangkan susu dan powder didatangkan dari isi Padang dan rimbun logistik.

Gambar 1.3
Daftar menu Cafe Geobak Payakumbuh



Pelayanan yang di terapkan di Cafe Gerobak adalah dengan cara ramah dan sopan kepada pelanggan, mengajak tamu mengobrol, selalu menyediakan kebutuhan yang diinginkan pelanggan, serta membangun kepercayaan dari konsumen melalui peningkatan kepuasan konsumennya, seperti menjaga kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga yang kompetitif serta menciptakan merek

produk yang baik dan melekat pada konsumen dan melihat pelayanan dari luar atau cafe lainya kalau tertarik dengan pelayanannya maka pengusaha Cafe Gerobak akan menerapkan pelayanan tersebut di Cafe Geobak. Cara pemesana di Cafe Gerobak ini adalah dengan pengunjung mendatangi kasir dan memesanya disana, setelah pengunjung memesan pesanannya maka nanti pesanan pengunjung akan diantar ke meja pengunjung tersebut.

Kopi sudah ada dari zaman dahulu, Cafe Gerobak selalu mengikuti perubahan zaman dan gaya hidup masyarakat Sumatra Barat tetapi tidak merubahnya caran minumnya, perubahan yang diikuti Cafe Gerobak adalah gaya ngopi masyarakat dari tahun ke tahun seperti zama dulu orang tidak mementingkan tempat dan fasilitas yang penting rasanya enak, sekarang masyarakat membutuhkan fasilitas yang bagus dan tembat yang nyaman.

Cafe Gerobak menerapkan strategi kreatifitas dan inovasi, suasana yang nyaman dan karyawan – karyawan yang ramah serta selalu melakukan perubahan yang membuat pelanggan atau masyarakat tertarik untuk melakukan pembelian di Cafe Gerobak.

Cafe Gerobak memiliki desain ruangan yang cukup membuat pengunjungnya merasa betah, fasilitas terbilang lengkap, juga dilengkapi dengan wifi gratis untuk yang membawa leptop serta yang ingin mengakses internet secara gratis, dan ruangan cafe ini terbilang cukup luas walaupun hanya memiliki satu lantai yang memiliki ruangan outdoor dan indor serta menyediakan ruangan untuk meeting. Rata – rata pengunjung pada Cafe Gerobak berkisaran antara 6000 - 8000 pengunjung pada setiap bulanya, dan rata – rata pendapatan yang di

peroleh Cafe Gerobak setiap bulanya berkisaran antara 150 juta – 200 juta pada setiap bulanya.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dalam pemasaran modern, paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang. Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari haknya, oleh karena itu dapatlah dipahami bila ada kalangan pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan semakin hari semakin baik (Udin dan Triyono, 2014:18).

Apriyani (2015) kualitas pelayanan adalah tolak ukur dalam menentukan suatu keputusan pembelian maupun tidaknya sebagai seorang pengusaha jasa, karena melalui kualitas pelayanan maka pembeli dapat menilai kinerja dan merasa puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Kualitas pelayanan berpusat kepada upaya pemenuhan suatu kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa di hargai dan tidak merasa diabaikan haknya yang nantinya akan mengakibatkan masyarakat sebagai pelanggan akan pindah ke tempat lain.

Kualitas sangat berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan

pelanggan, maka dengan adanya pelayanan yang sangat baik dapat membuat pelanggan akan merasa dihargai dan merasa tidak diabaikan haknya yang nantinya akan mengakibatkan pelanggan akan pindah ke perusahaan yang lain.

Era saat ini gaya hidup modern dapat membentuk persepsi pelanggan bahwa harga tidak menjadi salah satu pertimbangan utama untuk mengunjungi sebuah cafe, tetapi suasana toko juga menjadi salah satu hal yang lebih dipertimbangkan oleh pelanggan dalam memilih suatu tempat untuk nongkrong. Suasana yang nyaman dan berbeda dari cafe yang lain juga menjadi salah satu bahan pertimbangan tersendiri bagi pelanggan untuk mengunjungi cafe tersebut.

Assael (2001:382) menjelaskan gaya hidup dapat berpengaruh pada pembelian, perubahan kebiasaan, cita rasa serta perilaku pembelian konsumen. Sebagian gaya hidup masyarakat telah berubah, yang biasanya makan di rumah dengan keluarga sekarang masyarakat dengan hal baru dan mendapatkan suasana baru serta bisa berkumpul untuk makan bersama keluarga maupun rekan kerja (Luthfianto dan Suprihadi 2017).

Gaya hidup tersebut mendorong pembisnis berlomba – lomba untuk meningkatkan kualitas persaingan yang mengarah ke gaya hidup modern saat ini serta memiliki keunggulan dari segi makanan dan minuman yang disediakan, harga yang terjangkau serta lokasi dan suasana yang nyaman maupun fasilitas – fasilitas yang disediakan dengan kebutuhan yang membuat konsumen akan selektif dalam memilih tempat yang akan di kunjungi (Suharto dan Suyorko,2016). Gaya hidup berkembang pada masing – masing dimensi activity, interest, opinion atau AIO. Sutisna (2005:145) menjelaskan AIO merupakan

sebagai gaya hidup. Activity merupakan tindakan yang nyata, activity dapat berupa kerja, hobi, acara sosial, liburan dan hiburan, anggota perkumpulan, jelajah internet, belanja, serta olahraga. Maka dengan adanya activity konsumen perusahaan dapat mengetahui kegiatan apa yang dapat dilakukan oleh pasar sasarannya. Interest merupakan tindakan semangat yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus. Ketertarikan manusia berbeda beda dengan dan ini merupakan faktor pribadi konsumen dalam membeli. Opinion merupakan jawaban lisan maupun tulisan yang konsumen berikan sebagai respon terhadap situasi tersebut.

Kotler (2002:204), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk, dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak dan perilaku pasca pembelian

Keputusan pembelian merupakan investasi jangka panjang bagi sebuah perusahaan, karena sangat banyak manfaat yang tercipta dari keputusan pembelian tersebut dan keputusan pembelian tersebut merupakan faktor penting dalam menentukan eksistensi suatu perusahaan. Dengan adanya keputusan pembelian pada perusahaan tersebut maka perusahaan tersebut dapat eksis terus jika rangsangan keputusan pembelian sangat baik dan besar. Untuk mendapatkan

kepuysan pembelian dari konsumen untuk membeli produk maupu jasa di perusahaan tersebut maka perusahaan harus melakukan pelayanan yang baik dan mengikuti haya hidup yang sedang berkembang pada zaman itu.

Penelitian yang sebelumnya mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh Luthfianto dan Supeihhadi (2017) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Cafe di Jalan Korea” menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Jalan Korea di Surabaya artinya semakin tinggi kualitas layanan dan gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konumen pada Cafe Jalan Korea di Surabaya.

Adanya penelitian yang sebelumnya tidak konsisten, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut untuk mendapatkan hasil penelitian secara akurat dan empiris.. Berdasarkan uraian diatas maka muncUI ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul yang diambil yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh”**.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.

1.3. TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.
- b. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.
- c. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, adapun kegunaan secara teoritis dan praktis adalah sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan suatu gambaran yang empirik untuk menguji teori dalam ilmu manajemen

pemasaran tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian oleh pelanggan.

b. Secara Praktis

1) Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang penerapan ilmu dari teori – teori yang diperoleh selama perkuliahan dalam praktek dunia usaha, serta untuk melengkapi salah satu syarat dalam menempuh sidang sarjana jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

2) Bagi Cafe Gerobak di Payakumbuh

Sebagai sarana tambahan wawasan pemikiran dan bahan pertimbangan cafe untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan dan mengetahui apakah Gaya Hidup di era sekarang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian oleh pelanggan.

3) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi suatu perkembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber informasi dan dapat dijadikan sebagai bahan kajian perbandingan untuk peneliti selanjutnya.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Secara garis besarnya penulisan ini dibagi keadaam enam bab, masing – masing akan dirinci dalam sub bab sebagai berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang didasarkan oleh masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menjelaskan variabel penelitian serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode-metode dan variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam bab ini dikemukakan mengenai rencana penelitian, lokasi dan objek penelitian, penelitian populasi dan sample, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, operasionalisasi dan pengukuran variabel serta teknis analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM DAERAH

Bab ini memeberikan gambaran umum tentang lokasi penelitian yang menjadi sampel responden meliputi letak lokasi penelitian dan aktivitas penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan serta menemukan jawaban dalam masalah – masalah penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisikan kesimpulan yang diambil dan saran yang diberikan sehubungan dengan hasil penelitian.



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dan Amstrong (2008:347) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu jasa untuk melakukan fungsi – fungsinya yang meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Apabila suatu jasa telah dapat menjelaskan fungsi – fungsinya dapat dikatakan sebagai jasa yang berkualitas baik.

Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas layanan ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang di barengin dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan antara lain sebagai berikut:

1. ketepatan waktu pelayanan, yaitu waktu untuk menunggu berapa lama transaksi atau proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu mengurangi kesalahan yang dilakukan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan disaat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, dan fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk di tempat tersebut.
5. Kenyamanan konsumen, yaitu lokasi yang nyaman, tersedianya tempat parkir, ruang tunggu yang bersih dan rapi.

Kotler dan Keller (2009), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan. Kotler dan Keller (2007), dimensi kualitas layanan terdiri dari:

1. Bukti fisik (tangible), suatu bentuk dari jasa yang merupakan penampilan fisik peralatan yang digunakan, fasilitas yang ada untuk menunjang layanan jasa dan penampilan karyawan.
2. Keandalan (reliability), kemampuan kerja seorang untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan tepat waktu dan kemampuannya dapat dipercaya
3. Daya tanggap (responsiveness), kemampuan dan kesiapan seorang karyawan dalam memberikan jasa serta merespon permintaan klien dalam memberikan layanan yang dibutuhkan klien tersebut.
4. Jaminan (assurance), kemampuan seorang karyawan yang menumbuhkan rasa yakin dan percaya atas janji yang diberikan kepada klien, seperti kemampuan karyawan mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya, kualitas keramahan dan perhatian serta kesopanan dalam melakukan sebuah pelayanan, keterampilan dalam memberikan sebuah informasi, kemampuan memberikan rasa aman kepada klien dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuannya menciptakan serta menanamkan rasa

kepercayaan klien terhadap perusahaan tersebut. Dimensi jaminan merupakan gabungan dari dimensi kompetensi, tata krama, kredibilitas:

- a. Kompetensi (Competence), kemampuan seorang karyawan dalam perusahaan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam memberikan suatu pelayanan.
 - b. Tata krama (courtesy), meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan yang dimiliki oleh para karyawan.
 - c. Kredibilitas (credibility), hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan dari seorang konsumen terhadap perusahaan seperti prestasi perusahaan.
5. Empati (empathy) kesediaan perusahaan, karyawannya dalam memberikan perhatian secara individual pada kliennya, seperti pengertian dan pengetahuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari kliennya.

Dimensi Empati sebagai berikut:

- a. Akses (access), adalah kemudahan yang ditawarkan perusahaan untuk memanfaatkan jasanya.
- b. Komunikasi (communication), kemampuan karyawan untuk menyampaikan informasi kepada klien serta memperoleh saran dari klien tersebut.
- c. Pemahaman pada klien (Understanding the customer), usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami apa saja yang diinginkan oleh kliennya dalam memenuhi suatu kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh klien tersebut.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Brady dan Cronin (dalam Utami, 2006: 252) ada tiga dimensi utama alternatif dari dimensi kualitas layanan, yaitu:

- a. Kualitas interaksi (interaction quality): merupakan salah satu kontak yang terjadi dalam proses penyampaian jasa antara pertemuan penyedia jasa dengan konsumen, hal ini merupakan kunci penentu dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap kualitas layanan.
- b. Kualitas hasil (outcome quality): yaitu evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap hasil dari aktivitas layanan jasa yang diterimanya, serta ketepatan waktu dalam pelayanan jasa.
- c. Kualitas lingkungan (environment quality) seberapa jauh dan seberapa besar fitur yang berwujud (tangible feature) dari proses penyampaian layanan, kemudian memainkan peran untuk mengembangkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan jasa secara keseluruhan.

Zeithaml, dkk (dalam Lovelock dan Wirtz, 2004: 409) mengidentifikasi sepuluh kriteria dalam mengevaluasi kualitas layanan, diantaranya adalah:

- a. Kredibilitas : merupakan kepercayaan dan kejujuran yang diberikan oleh penyedia layanan kepada konsumen.
- b. Keamanan : merupakan kebebasan dari rasa takut atau bahaya, resiko serta keraguraguan yang dirasakan konsumen.
- c. Akses : yaitu kemudahan dalam menghubungi atau melakukan kontak kepada penyedia jasa yang ada.

- d. Komunikasi : mendengarkan dengan baik apa saja yang dikatakan konsumen, serta membantu konsumen dalam mendapatkan informasi yang sesuai dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh konsumen.
- e. Mengerti konsumen : suatu upaya untuk mengenal serta memahami apa saja yang diinginkan oleh konsumen, dan mengerti apa saja yang di perlukan dan dibutuhkan oleh konsumen.
- f. Berwujud : peseperti fasilitas fisik, peralatan yang digunakan oleh karyawan, dan pemberian materi dalam berkomunikasi dengan baik.
- g. Keandalan : kemampuan seseorang untuk memberikan layanan yang dijanjikan kepada konsumen dengan handal serta akurat.
- h. Ketanggapan : kesediaan karyawan dalam membantu konsumen serta kemampuan memberikan pelayanan yang cepat tanggap kepada konsumen.
- i. Kompetensi : keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan terhadap produk yang dibutuhkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- j. Kesopanan : sikap sopan yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen, penuh dengan pertimbangan dalam bertindak atas sesuatu, dan keramahan karyawan saat melakukan kontak dengan konsumen.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa didalam dimensi - dimensi kualitas pelayanan terdapat ketanggapan, pengetahuan kepastian dan jaminan, kesopanan serta sikap empati dalam melakukan sebuah pelayanan.

c. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Utami (2006: 263-264) Faktor–faktor yang memengaruhi kualitas layanan agar dapat menyediakan layanan yang melebihi standar adalah:

- a. Memberi informasi dan pelatihan; Penyedia jasa harus memahami dagangan yang ditawarkan, maupun kebutuhan pelanggan sehingga adanya informasi ini karyawan dapat menjawab pertanyaan serta menyarankan produk ke seorang pelanggan.
- b. Menyediakan dukungan emosional; layanan penyedia jasa harus mempunyai suatu pendukung untuk menyampaikan layanan yang baik apa diinginkan oleh pelanggan tersebut.
- c. Meningkatkan komunikasi internal dan menyediakan pendukung; disaat melayani pelanggan, karyawan harus bisa mengatur konflik antara kebutuhan pelanggan dan kebutuhan perusahaan.
- d. Menyediakan perangsang; seperti membayar komisi pengawas, memberikan komisi target penjualan untuk memotivasi karyawan, dan perangsang ini dapat memotivasi tingginya kualitas layanan.

Menurut Kasmir (2017: 6-7) faktor yang mempengaruhi pelayanan diantaranya sebagai berikut:

- a. Jumlah tenaga kerja; banyaknya jumlah tenaga kerja yang bekerja pada suatu perusahaan.
- b. Kualitas tenaga kerja; seperti pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh seorang tenaga kerja.

- c. Motivasi karyawan; suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan sebuah kegiatan atau pekerjaan.
- d. Kepemimpinan; suatu proses yang mempengaruhi individu, biasanya ini dilakukan oleh atasan kepada bawahannya agar bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan atasan demi tercapainya sebuah tujuan perusahaan tersebut.
- e. Budaya organisasi; sebuah sistem dianut oleh anggota organisasi dan menjadi pembeda diantara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain.
- f. Kesejahteraan karyawan; pemenuhan kebutuhan karyawan oleh perusahaan.
- g. Lingkungan kerja dan faktor lainnya seperti sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, lay out gedung dan ruangan, kualitas produk.

d. Karakteristik Pelayanan

1. Konsumen memiliki kenangan, pengalaman atau memori tersenut tidak bisa dijual tidak bisa di berikan kepada orang lain.
2. Tujuan penyelenggaraan pelayanan adalah keunikan. Setiap konsumen dan setiap kontak adalah spesial.
3. Suatu pelayanan terjadi saat tertentu, ini tidak dapat disimpan di gudang atau dikirim contohnya.
4. Konsumen adalah rekanan yang terlibat dalam proses produksi.
5. Konsumen melakukan kontrol kualitas dengan cara membandingkan harapan dengan pengalamannya.
6. Jika terjadi kesalahan, satu – satunya cara yang bisa dilakukan untuk memperbaiki adalah meminta maaf.
7. Mora karyawan berperan sangat menentukan.

2.2 Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya dapat menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. seseorang dapat berorientasi pada pencapaian kenikmatan hidupnya, ingin menjadi pusat perhatian, berorientasi eksternal, menyukai keramaian hidup dan kegiatan yang bersifat hura-hura, kurang aktif bergaul, tidak terlalu mementingkan suatu penampilan, serta banyak terlibat dengan kegiatan sosial.

Prasetijo & Ihalauw (2005:10), gaya hidup didefinisikan sebagai 'bagaimana seseorang hidup (how one lives)', termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya. Menurut (Setiadi 2010 :148) gaya hidup terbagi menjadi 3, yaitu:

1. Aktivitas (Activity), Aktivitas mengacu pada bagaimana setiap individu menghabiskan waktu dan uang yang mereka miliki (Omar dan Ramayah 2010 : 227).
2. Minat (Interest), Minat adalah sesuatu hal yang menjadi minat atau apa saja yang ada di konsumen yang dianggap penting dalam kehidupan dan berinteraksi sosial (Setiadi 2010:148).
3. Opini (Opinions), Opini adalah jawaban lisan atau tertulis yang diberikan seseorang sebagai respon terhadap situasi stimulus, di mana terdapat semacam pernyataan untuk diajukan. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa di masa yang akan

datang, dan pertimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau dari jalannya tindakan alternatif Engel, Blackwell, & Miniard (1994).

Menurut Setiadi sikap tertentu yang dimiliki konsumen terhadap suatu objek tertentu bisa mencerminkan gaya hidupnya. Gaya hidup seseorang bisa juga dilihat dari apa yang disenangi, ataupun pendapatnya mengenai objek tertentu.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan melalui kegiatan (semua yang berhubungan dengan kegiatan seseorang sehari – hari , baik di dalam maupun di luar rumah) minat (keinginan dan kemampuan seseorang yang membuat dirinya merasa nyaman) dan pendapat (pendapat manusia akan suatu hal dalam membelanjakan uangnya serta bagaimana mereka mengalokasikan waktunya.

b. Bentuk Gaya Hidup

Hawkins dan rekan (1983) (dalam Munandar, 2012) menjelaskan sembilan gaya hidup sebagai berikut: The intergrated: seseorang yang dewasa sepenuhnya dalam arti psikologis, toleransi, aktualisasi serta memiliki prespektif yang luas.

1. Achievers: seorang pimpinan dari sebuah perusahaan, para professional, pemerintahan. Mereka berpendapat bahwa seseorang harus jujur dan pertumbuhan industry tidak dibatasi.
2. Emulator: seorang yang ambisius, dan sering meniru orang lain tetapi sering gagal karena kurang memiliki ketrampilan dan pelatihan yang baik.
3. Belonger: seseorang yang tradisional, konservatif, konvensional dan unexperimental. Para belongers adalah pasar masa tradisional dan mayoritas diam yang lebih mau menyesuaikan diri dari pada menonjol dirinya.

4. Societally conscious: Mereka memiliki rasa tanggung jawab sosial yang tinggi yang mengarah ke lingkungan hidup mereka dan hidup sederhana.
5. Experimentals: seseorang yang menginginkan pengalaman secara langsung dan keterlibatan. Orang tersebut adalah orang yang berseni dan suka berkesperimen serta sangat partisipatif.
6. I-am-me: seseorang yang sangat individualis terkadang sering menjadi innovator mode dan sangat mungkin mempengaruhi sebuah lingkungan.
7. Sustainers: seseorang yang ingin untuk maju, mereka selalu berjuang untuk mempertahankan kehidupannya.
8. Survivors: Kelompok ini miskin dan sangat jauh dari arus utama budaya.

c. Kategori Gaya Hidup

Simamora (2006) mengkategorikan gaya hidup sebagai berikut :

1. Gaya hidup normatif merupakan gambaran harapan-harapan kultural yang dibebankan kepada individu-individu oleh masyarakat dan merujuk pada sistem ekonomi dan konsumsi sebuah masyarakat.
2. Gaya hidup pribadi merupakan keyakinan individu tentang aktivitas konsumsi individu dalam masyarakat, kultur dan subkultur mereka.

d. Jenis Gaya Hidup

Gaya hidup memiliki enam jenis kelompok segmen menurut Susianto (Rhenald Kasali, 1998 : 242-243), dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Gaya hidup Hura-hura adalah sekelompok orang yang menyukai kegiatan ‘hura-hura, terlalu serius dalam terlibat pada sesuatu hal, dan senang keramaian.

2. Gaya hidup Hedonis adalah aktivitasnya untuk mencari kenikmatan hidup mereka sering main diluar rumah dan membeli barang-barang yang mahal untuk memenuhi kesenangannya.
3. Gaya hidup Rumahan adalah seseorang yang lebih banyak menghabiskan waktunya dirumah dan tidak terlau banyak bergaul serta hanya berorientasi pada keluarga dan berperhitungan dalam mengeluarkan uang sakunya.
4. Gaya hidup sportif adalah seseorang yang senang berolahraga dan mencapai prestasi dalam olahraga.
5. Gaya hidup kebanyakan adalah cenderung hati-hati dalam melalukan sesuatu, cenderung konformis dan kurang berani menjadi inisiator.
6. Gaya hidup orang untuk orang lain adalah peka terhadap kebutuhan orang lain, banyak terlibat pada kegiatan-kegiatan sosialdanproduktif, serta mengutamakan kebersamaan di dalam keluarganya.

2.3 Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan dapat berkaitan dengansuatu tindakan spesifik atau proses umum.pengambilan keputusan adalah tindakan memilih salah satu alternatifdari serangkaian alternatif.

Schifman dan Kanuk (2007: 485) keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak, orang itu berada dalam posisi mengambil keputusan.

Kotler (2002:204), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk, dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak dan perilaku pascapembelian.

Dari pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan perilaku pembelian seseorang dalam menentukan pilihan produk untuk mencapai suatu kepuasan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Amirullah (2002) keputusan pembelian adalah suatu kondisi dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam mengambil sebuah keputusan, konsumen juga memerlukan pertimbangan-pertimbangan dalam memilih sebuah produk yang diinginkan agar mendapatkan hasil yang memuaskan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen dapat berfikir dan mempertimbangkan beberapa alternatif pilihan, yang melalui lima proses yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan

pembelian dan perilaku setelah melakukan pembelian untuk memperoleh kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Pengambilan keputusan merupakan suatu bagian yang meresap pada sebagian besar aktifitas manajerial. Hampir semua yang terjadi dalam sebuah perusahaan melibatkan pengambilan keputusan yang telah di buat. Orang yang mengambil keputusan perlu mempertimbangkan dengan serius dan melakukan apa yang menurut mereka terbaik bagi perusahaan.

b. Jenis Pengambilan Keputusan

1. Keputusan yang terprogram

Sesuatu yang terstruktur atau muncul dalam frekuensi tertentu (atau keduanya). Seperti Starbucks menggunakan keputusan terprogram untuk membeli pasokan biji kopi baru, cangkir, dan serbet, serta karyawan Starbucks dilatih untuk melakukan prosedur yang tepat dalam menyeduh kopi.

2. Keputusan yang tidak terprogram

Keputusan yang secara relatif tidak terstruktur dan muncul lebih jarang daripada suatu keputusan yang terprogram. Seperti keputusan Starbucks untuk memfokuskan strategi internet mengenai gaya hidup dan kemudian menarik diri dari rencana tersebut.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Munandar (2012) dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli, konsumen dipengaruhi, oleh faktor dalam dirinya dan jenis produk hal ini juga dipengaruhi karena adanya faktor lingkungan, seperti kebudayaan, keluarga, status sosial, dan kelompok acuannya. Sependapat dengan Munandar, Kotler dan

Amstrong menyatakan (dalam Setiadi, 2003), keputusan pembeli dipengaruhi beberapa faktor yaitu : kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar faktor-faktor tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian:

1. Faktor Kebudayaan

a. Budaya

Budaya merupakan salah satu faktor yang menentukan dasar keinginan serta perilaku seseorang. Jika makhluk lain bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia pada umumnya dipelajari.

b. Sub Budaya

Kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil memberikan identifikasi dan sosialisasi lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya terdiri dari empat jenis yaitu: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan dalam suatu masyarakat, dan tersusun secara hierarki dan anggotanya mempunyai nilai, minat, serta perilaku yang serupa.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok Acuan

Kelompok acuan terdiri dari kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap maupun perilaku seseorang. diantaranya adalah kelompok primer, dengan adanya

interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti saudara, kawan, dan tetangga. . Kelompok sekunder cenderung resmi dan interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

b. Saudara

Saudara yaitu jumlah dan umur anak-anak yang menentukan banyak keinginan konsumen. Perubahan dalam cirri-ciri saudara dapat menghasilkan perubahan gaya hidup dan perubahan yang dramatis pada keinginan konsumen. Hubungan saudara akan terus berkembang dengan perkembangan saudara tersebut.

c. Status/harapan finansial

Seseorang akan dipengaruhi oleh finansial disaat pengambilan suatu keputusan. Perubahan status finansial mempengaruhi keadaan yang diinginkan oleh konsumen. Seperti perubahan kenaikan atau penurunan gaji, ini menyebabkan konsumen sering mengubah keinginannya sehingga keadaan akan sesuai dengan yang dialami.

3. Faktor Pribadi

a. Umur dan Tahap dalam Siklus Hidup

Beberapa penelitian telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang dewasa biasanya mengalami perubahan tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap suatu produk dan jasa tertentu.

1) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan serta hartanya (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam

2) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup yang di ekspresikan dari kegiatan, minat serta pendapatan seseorang. Gaya hidup dapat menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga dapat mencerminkan kelas sosial seseorang.

4. Faktor Psikologis

a. Motivasi

Kebutuhan bersifat biologis, kebutuhan ini timbul karena suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, dan rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis yaitu kebutuhan yang timbul karena keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri serta kebutuhan diterima.

b. Presepsi

Proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan,serta mengartikan masukan informasi yang menciptakan suatu keadaan yang berarti dari stimulus yang didapat. Seseorang memiliki persepsi yang

berbeda dari objek yang sama karena memiliki tiga proses persepsi sebagai berikut:

- 1) Perhatian yang selektif
- 2) Gangguan yang selektif
- 3) Mengingat kembali yang selektif
- 4) Proses Belajar

c. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan dan sikap adalah gambaran suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

5. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis dari setiap orang yang berbeda tentang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang berguna dalam menganalisa perilaku seorang konsumen. Jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan antara jenis-jenis kepribadian tersebut dengan berbagai pilihan produk dan merek.

d. Indikator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Setiap pembelian konsumen tercipta karena adanya need (kebutuhan) atau wants (keinginan) atau campuran keduanya. Indikator Keputusan Pembelian menurut Kotler (1999):

1. Pengenalan masalah merupakan faktor terpenting karena dimana pembeli akan mengenali suatu masalah.

2. Pencarian Informasi, seseorang selalu mempunyai dorongan untuk mencari informasi. Apabila dorongan tersebut kuat dan obyek yang dapat memuaskan kebutuhan itu tersedia, maka konsumen akan bersedia untuk membelinya.
3. Pencarian Alternatif Konsumen akan mempunyai pilihan yang tepat secara teliti terhadap produk yang akan dibelinya.
4. Keputusan Pembelian Setelah konsumen mempunyai alternatif, maka konsumen akan membuat keputusan untuk membeli agar konsumen membentuk pilihan merek di antara beberapa merek yang tersedia.
5. Perilaku Pasca Pembelian Merupakan proses akhir setelah pembelian.

e. Proses Pengambilan Keputusan

Hampir setiap saat individu membuat keputusan baik itu dalam hitungan menit ataupun jam untuk melakukan pembelian, baik disadari maupun tidak disadari. Hawkins, et,al (1983) mengembangkan sebuah model dari proses pengambilan keputusan dari konsumen. Model ini menunjukkan unsur-unsur dasar dalam proses pengambilan keputusan dari konsumen (dalam Munandar, 2012). Ada lima unsur dalam proses pengambilan keputusan yaitu:

1) Pengenalan masalah

Setiap keputusan yang diambil disebabkan karena adanya sebuah masalah. Adanya suatu masalah merupakan salah satu langkah penting untuk pengambilan keputusan konsumen. Masalah konsumen yaitu perbedaan di antara keadaan yang ada dengan keadaan yang diinginkan oleh konsumen. Keadaan yang diinginkan maupun keadaan yang ada, kedua-duanya dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen maupun situasi yang sedang

berlangsung sekarang. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengenalan suatu masalah yaitu:

- a) Kebudayaan atau golongan sosial
 - b) Kelompok acuan
 - c) Cirri-ciri keluarga
 - d) Status
 - e) Keputusan yang diambil seblumnya
 - f) Perkembangan individual
 - g) Situasi yang belangsung sekarang
- 2) Pencarian Informasi

Konsumen dapat melakukan sebuah pencarian informasi yang ekstensif internal dan eksternal, pencarian internal dan eksternal yang terbatas, maupun hanya sekedar pencarian internal saja. Informasi dapat dicari dari:

- a) Kriteria penilaian yang sesuai untuk pemecahan suatu masalah
- b) Adanya berbagai macam alternatif untuk pemecahan masalah tersebut
- c) Melakukan Unjuk-kerja untuk setiap pemecahan alternatif setiap kriteria evaluasi Selain pencarian informasi.

Informasi dapat dicari melalui empat macam sumber eksternal, yaitu:

- a) Sumber pribadi seperti sahabat dan keluarga.
- b) Sumber bebas seperti kelompok konsumen dan badan-badan pemerintah.
- c) Sumber pemasaran seperti karyawan penjualan dan iklan Sumber pengalaman langsung

3) Penilaian dan Seleksi dari Alternatif

Selama konsumen mengumpulkan sebuah informasi tentang jawaban alternatif terhadap satu masalah yang dikenali. Kriteria penilaian yang digunakan oleh konsumen berbeda-beda. Ada lima aturan keputusan yang digunakan untuk penilaian dan seleksi, yaitu:

1. Konjuktif, sebuah produk harus memenuhi nilai minimal kriteria penilaian, seperti kualitas, harga dan ketahanan suatu produk.
 2. Disjunktif, sebuah produk harus memenuhi nilai minimal yang cukup tinggi untuk kriteria yang digunakan.
 3. Eliminasi, produk harus memenuhi semua kriteria yang dapat diterima.
 4. Leksikografis, kriteria ini disusun berdasarkan prioritas kepentingannya, dari kriteria yang terpenting ke kriteria yang paling kurang penting.
 5. Kompensatoris, kriteria ini memiliki nilai penting yang berbeda-beda. Satu produk dapat memiliki nilai yang rendah untuk satu kriteria tetapi juga bisa mendapatkan nilai tinggi untuk kriteria lainnya.
- 4) Seleksi Saluran Distribusi dan Pelaksanaan Keputusan.

Produk konsumen biasanya diperoleh melalui saluran distribusi barang atau penjual eceran. Sebaiknya konsumen menyeleksi saluran distribusi seperti mereka menyeleksi suatu produk. Keputusan ini dilakukan untuk mendapatkan suatu produk yang benar-benar baik serta didapat dari distribusi yang benar. Keputusan ini dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:

- a) secara simultan, dan bersama-sama
- b) produk dulu, penyalur kemudian

c) penyalur dulu, produk kemudian.

Pengambilan suatu keputusan oleh konsumen untuk menyeleksi penyalur eceran sama dengan proses pengambilan keputusan memilih satu merek. Yang berbeda ialah penggunaan kriteria penilaian.

5) Proses Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian ada sebagian konsumen mengalami kecemasan tentang suatu kebijakan pembeliannya ini dikenal sebagai pertentangan pasca-pembelian. Pada umumnya ini terjadi diantara individu yang mengalami kecemasan, pembelian yang tidak dapat ditiadakan, penting bagi suatu konsumen tersebut, sulit menentukan antara dua pilihan alternatif.

2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian

Menurut Parasuraman, et al (1985) ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas barang lebih mudah di evaluasi dari pada kualitas pelayanan oleh pelanggan.
2. Kualitas pelayanan didapatkan dari perbandingan antara kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut secara nyata.
3. Evaluasi kualitas layanan tidak semata-mata diperoleh dari hasil akhir sebuah layanan, tetapi didalamnya terdapat evaluasi dari proses layanan tersebut.

Dalam suatu usaha kualitas pelayanan merupakan suatu peranan penting untuk memberi nilai tambah terhadap pengalaman service secara keseluruhan baik di luar maupun didalam. Menurut Brady dan Cronin (dalam Remiasa dan Lukman, 2007) “persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan ini terdiri dari tiga

kualitas yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil. Tiga kualitas ini dapat membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. maka dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, setiap pelaku usaha harus berpusat pada kepentingan pelanggan serta memperhatikan dimensi kualitasnya, Hal ini penting agar pelanggan tidak mengurungkan niatnya ketika akan melakukan keputusan pembelian. meskipun kebutuhan utama pelanggan saat mengunjungi cafe adalah memenuhi rasa lapar dan haus, tetapi mereka menginginkan hiburan dan suasana yang nyaman (Walker dan Lundberg dalam Sari, 2006). Semua hal tersebut diperoleh melalui pelayanan yang memuaskan.

2.5 Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian

Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup. sebagai perilaku konsumen gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian.

Gaya hidup menurut Kotler dan Keller (2012:192), merupakan pola hidup seseorang di dunia yang dikeluarkan pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup dapat mencerminkan bagaimana seseorang tersebut menghabiskan waktu dan uangnya yang dapat dilakukan melalui aktivitas, minat maupun pendapat atau opini. Aktivitas seseorang biasanya cenderung melakukan pembelian karena adanya pekerjaan, waktu senggang, maupun hanya mencari hiburan semata. Dalam keputusan pembelian ada yang berperan penting seperti, dorongan dari keluarga untuk berlibur dan rekreasi bersama. Opini juga berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam melakukan suatu keputusan pembelian seperti, tempat yang nyaman serta sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Hal ini dapat

menjadi sebagai pemicu konsumen dalam melakukan pembelian akan semakin besar, maka gaya hidup memiliki peran penting terhadap suatu keputusan pembelian pada Gerobak di Payakumbuh. Hasil penelitian yang dilakukan oleh D Nata Wijaya (2018), mengungkapkan bahwa gaya hidup dan motivasi sangat berpengaruh signifikan terhadap suatu keputusan pembelian.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian – penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dawud Luthfianto, 2017	Pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Cafe Jalan Korea	Kuantitatif deskriptif	Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada <i>Café</i> Jalan Korea di Surabaya, artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh

				<p><i>Café</i> Jalan Korea di Surabaya maka akan semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.</p>
2	<p>Gladis Punky Suharto, dan Dra. Sri Suryoko, M.Si , 2016</p>	<p>Pengaruh gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada <i>Giggle Box Cafe & Reasto Semarang</i></p>	<p>Kuantitatif deskriptif</p>	<p>Gaya hidup pengunjung <i>Giggle Box Cafe & Resto</i> termasuk dalam seluruh kategori pembelian karena gaya hidup yaitu <i>Utilitarian Purchase, Indulgences, Lifestyle Luxuries, Aspirational Luxuries</i> yang berarti seluruh segmen menikmati jasa <i>Giggle Box Cafe & Resto</i>.</p>

3	Susanti Oktafiani Tana dan Juita L. D Bessie, 2020	Pengaruh gaya hidup dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Pelanggan X2 Family Resto and Karaoke Kupang)	Analisis regresi berganda	Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di X2 Family Resto and Karaoke Kupang.
----------	---	---	---------------------------------	--

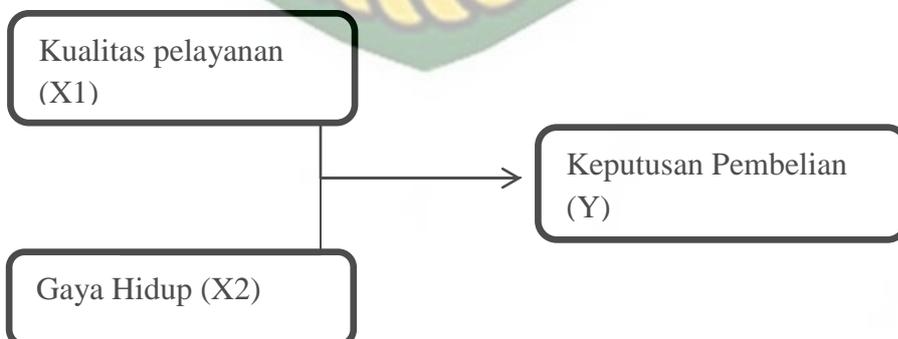
Sumber: Penelitian Terdahulu, 2021

2.7 Kerangka Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Diadopsi dari penelitian Ach Busrul Karim (2018)

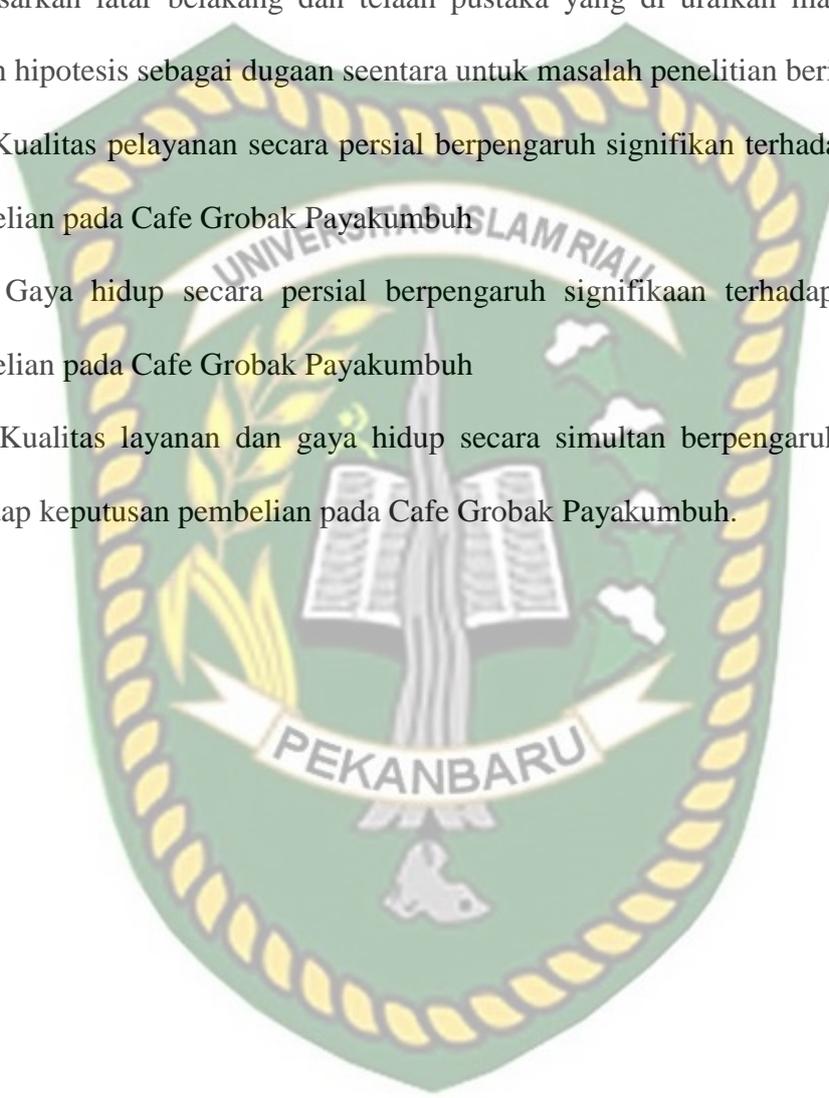
2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan latar belakang dan telaah pustaka yang di uraikan maka dapat di ajukan hipotesis sebagai dugaan seentara untuk masalah penelitian berikut :

H1 : Kualitas pelayanan secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Grobak Payakumbuh

H2 : Gaya hidup secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Grobak Payakumbuh

H3 : Kualitas layanan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Grobak Payakumbuh.



<p>penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.</p>	<p>(reliability)</p> <p>3. Daya Tanggap (responsiveness)</p> <p>4. Jaminan (assurance)</p>	<p>memberikan pelayanan yang dijanjikan tepat waktu.</p> <p>1. kemampuan dan kesiapan seorang karyawan dalam memberikan jasa</p> <p>2. merespon permintaan klien dalam memberikan layanan yang dibutuhkan klien.</p> <p>1. kemampuan karyawan mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya</p> <p>2. kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam</p>	
--	--	---	--

		<p>melakukan sebuah pelayanan</p> <p>3. keterampilan dalam memberikan sebuah informasi</p> <p>4. kemampuan memberikan rasa aman kepada klien</p> <p>1. pengertian, pengetahuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari kliennya.</p>	
<p>Gaya Hidup (X2) bagaimana seseorang hidup (how one lives)', termasuk bagaimana seseorang menggunakan</p>	<p>5. Empati (empathy)</p> <p>1. Aktivitas (Activity)</p> <p>2. Minat (Interest)</p> <p>3. Opini (Opinions)</p>	<p>1. hobi</p> <p>2. hiburan</p> <p>1. makanan</p> <p>2. pekerjaan.</p> <p>1. Produk</p> <p>2. budaya.</p>	Ordinal

<p>uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya</p>			
<p>Kputusan Pembelian (Y) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk, dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu</p>	<p>1.pengenalan masalah 2.pencarian informasi 3.penilaian dan seleksi dari alternatif 4.keputusan membeli atau tidak 5.perilaku pasca pembelian.</p>	<p>1. Sesuai dengan harapan. 2.pencarian informasi internal dan eksternal yang terbatas. 3. Memiliki kegunaan. 4. Tepat dalam membeli produk. 5. Pertimbangan untuk membelia ulang</p>	<p>Ordinal</p>

mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.			
---	--	--	--

Sumber: Penelitian Terdahulu 2021

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi bukan mengacu kepada orang – orang saja tetapi juga perusahaan munafaktur, lembaga ritel atau grosir, atau bahkan benda – benda mati seperti suku cadang yang di produksi oelh perusahaan munafaktur, jadi populasi dapat didefenisikan sebagai sebagai totalitas kasus yang sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan.

Menurut Hadari Nawawi (1983), Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri manusia, hewan, benda-benda, tumbuh, peristiwa, gejala, maupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam penelitian yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan cafe Gerobak yang berusia 18 keatas.

b. Sampel penelitian

Arikunto (2006: 131), Sampel merupakan sebagian wakil populasi yang diteliti. Jika penelitian yang dilakukan sebagian dari populasi maka dikatakan bahwa penelitian tersebut penelitian sampel. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan pengambilan sampel secara sengaja yang sesuai dengan persyaratan sampel dan kriteria tertentu kuesioner. Sampel yang dipilih adalah yang pembeli dan pengunjung yang datang ke Cafe Gerobak.

maka rumus yang dibutuhkan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Lemeshow (1997) yaitu :

$$n = \frac{Z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Standar = 1,96

p = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Maka diperoleh jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data objek kuantitatif deskriptif yang bersumber dari data primer dengan melakukan kuesioner kepada konsumen yang telah berbelanja di cafe Gerobak Kopi Payakumbuh .

b. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan dan yang memberikan informasi mengenai data. Sumber data menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan melalui responden dengan observasi, wawancara serta penyebaran angket. Sasaran data primer yaitu data yang ditemukan langsung oleh peneliti di lapangan. Data responden diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas layanan dan gaya hidup di cafe Gerobak Kopi Payakumbuh.

2. Data Skunder

Data skunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dari objek penelitian yang bersifat publik, terdiri dari kearsipan, dokumen, laporan laporan dan buku – buku dan serta sebagainya yang berkenan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian dikumpulkan dengan survei menggunakan kuesioner sebagai titik pengumpulan data dengan menggunakan pernyataan tertulis kepada subjek penelitian.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan pengumpulan informasi dalam jumlah besar yang relatif murah, cepat serta efisien. Dengan menggunakan kuesioner kita bisa mendapatkan data dari sampel orang yang banyak. Pengumpulan datanya relatif cepat ini disebabkan karena peneliti tidak perlu hadir disaat pengisian kuesioner, cukup diwakili oleh beberapa daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulunya. Tujuan penyebaran kuesioner Untuk memperoleh data yang relevan untuk tujuan penelitian dan Untuk mendapatkan data dengan yang reliabilitas (handal) dan validitas setinggi mungkin. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada cafe gerobak di Payakumbuh selaku responden dengan skala ordinal. Pengujian hipotetsis dalam penelitian ini diperoleh dari latar belakang dan telaah pustaka penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling.

b. Wawancara

Menurut sugiono (2009:17) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna salam satu topik tertentu.

9.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses untuk mengolah data menjadi sebuah informasi yang baru. Proses ini bertujuan agar karakteristik data lebih mudah dimengerti dan dipahami serta berguna untuk solusi bagi suatu permasalahan yang

terjadi, khususnya yang berkaitan dengan penelitian. Informasi yang diperoleh ini dapat menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan untuk bisnis kedepannya.

3.6.1 Skala Pengumpulan Data

Penelitian ini memberikan gambaran variabel yang dilihat dari responden terhadap pernyataan kuesioner berdasarkan jawaban interval penelitian tersebut.

Skala ordinal yang digunakan sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-------------------------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | diberikan bobot nilai 5 |
| 2. Setuju (S) | diberikan bobot nilai 4 |
| 3. Kurang Setuju (KS) | diberikan bobot nilai 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | diberikan bobot nilai 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | diberikan bobot nilai 1 |

3.6.2 Uji Instrumen

Teknik instrumen merupakan alat untuk mengumpulkan data yang diperoleh agar dapat memiliki tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen yang digunakan harus valid dan realibel.

1. Uji Validitas

Menurut Suryabrata validitas merupakan derajat kecermatan ukurnya suatu tes. Validitas mempermasalahkan apakah tes tersebut benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Tujuan pengukuran validitas pada data data yang didapat dari kuesioner yang disebarkan kepada respinden untuk mengecek apakah isi kuesioner tersebut telah dipahami untuk semua respinden yang diindikasikan oleh kecilnya presentase jawaban dari responden yang terlalu menyimpang dari rata rata jawaban responden yang lain.

Penguji validitas menggunakan koreksi yang dilakukan dengan cara menghitung koreksi antar skor variabel. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. $\leq 0,05$ = valid dan r hitung sig. $\geq 0,05$ = tidak valid (Ghozali, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu alat yang dapat digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner bisa dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Pengambilan keputusan saat pengujian reliabilitas yaitu suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ (Nunnally, 1994)

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel response (Y) dengan dua atau lebih variabel predictor (X1, X2,...Xn). Uji regresi linier berganda bertujuan untuk memprediksi nilai variabel response (Y) yang apabila nilai variabel predictor (X1, X2,..., Xn) diketahui. Uji regresi linier dapat mengetahui bagaimanakah hubungan variabel response dengan variabel predictor. Analisis regresi dipakai untuk menghitung berapa besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, variabel response adalah Kualitas Layanan(X1), Gaya Hidup (X2), dan Keputusan Pembelian (Y)

Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta intersepsi

b = Koefisien Regresi

X1= Kualitas Layanan

X2 = Gaya Hidup

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikan 5%, dengan kriteria sebagai berikut : 1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima. Berarti masing-masing variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. 2. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak. Berarti masing-masing variabel bebas secara individu tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, atau :

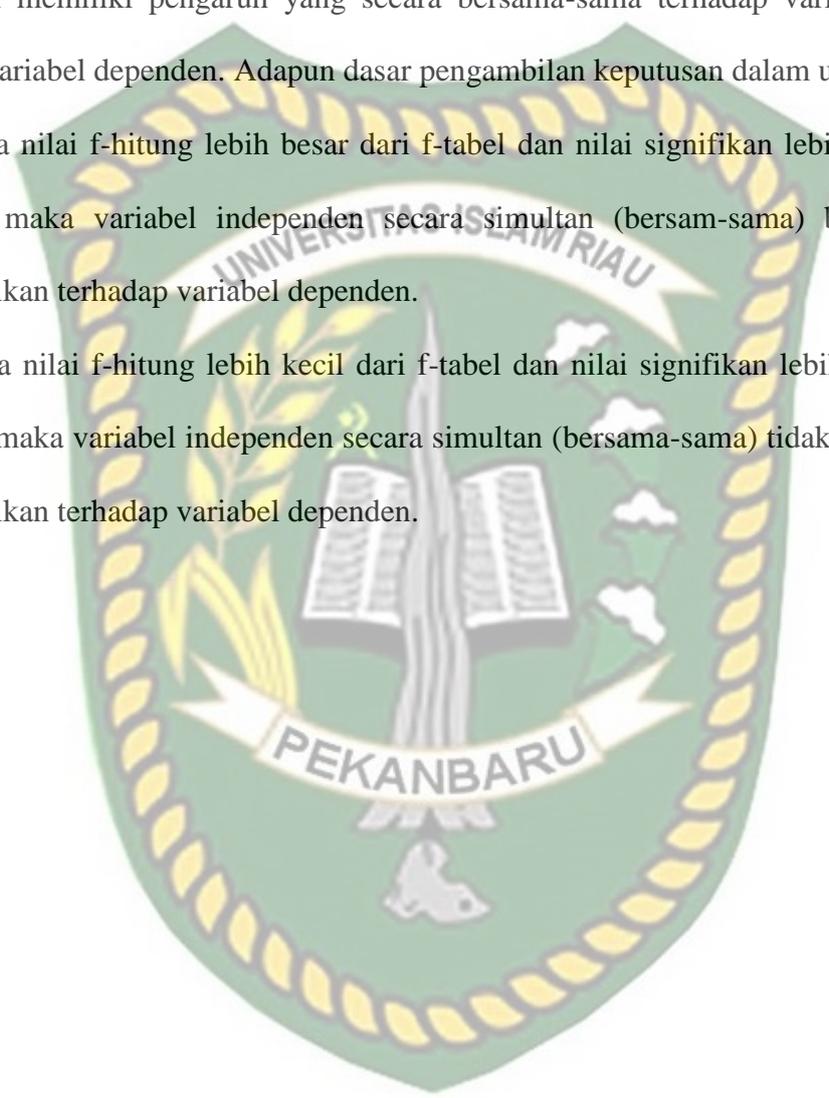
a) Bila probability $t_{hitung} > 0,05$ H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b) Bila probability $t_{hitung} < 0,05$ H_0 ditolak dan H_1 diteri yang umum dipakai nilai tolerance 10% atau sama dengan nilai $VIF > 10$ artinya nilai tolerance tidak lebih kurang dari 10%, dan nilai VIF tidak lebih dari 10 (Ghozali, 2006).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas yang ada dalam model memiliki pengaruh yang secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F yaitu:

- a) Jika nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai f-hitung lebih kecil dari f-tabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka variabel independen secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.



BAB IV

GAMBARAN PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat Cafe Gerobak Payakumbuh

Cafe merupakan suatu tempat atau bangunan yang menyediakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum seperti kopi dan teh, namun seiring perkembangan zaman cafe tidak hanya menyediakan minuman kopi dan teh saja tetapi juga menyediakan minuman lain. Saat ini perkembangan cafe di kota payakumbuh semakin meningkat, Salah satu cafe di Kota Payakumbuh tersebut adalah cafe gerobak.

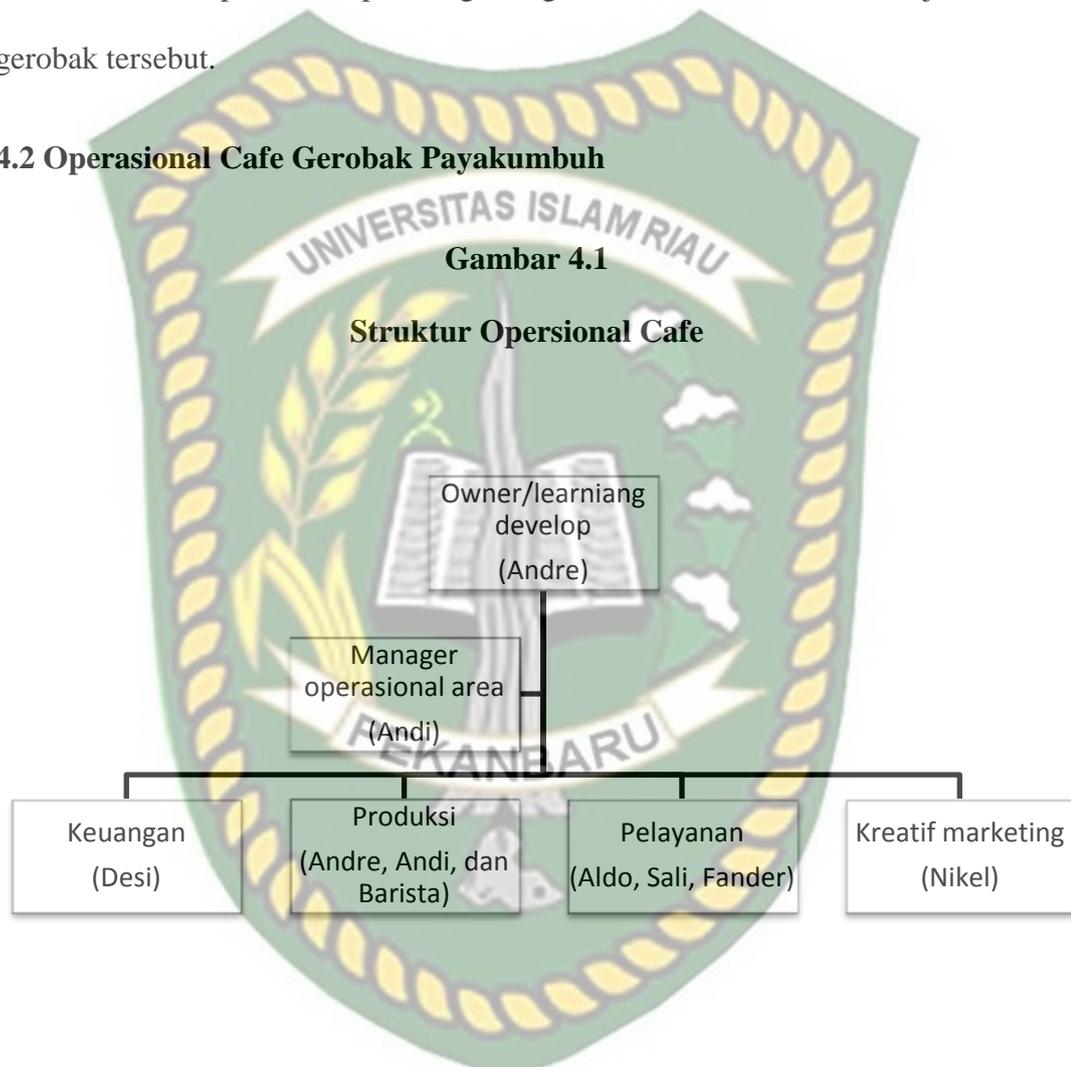
Cafe Gerobak

Cafe gerobak merupakan salah satu tempat yang recommended untuk minum kopi karna menawarkan berbagai jenis minuman olahan kopi seperti cappuccino, Americano, kopi susu dan kopi hitam. Semua menu kopi yang ada di sajikan dengan kualitas dan rasa terbaik. Selain itu, cafe Gerobak juga menyediakan tempat nyaman sehingga cocok untuk menjadi tempat nongkrong, berkumpul, ngobrol, bersantai, dan diskusi.

Cafe gerobak ini bertempat di JL. Ade Irma Suyani No. 14a, Labuah Baru, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatra Barat 2621 yang didirikan pada tahun 2015 oleh Andre. Awal mula Cafe Gerobak didirikan karena sang pemilik mengalami peneurunan ekonomi, sang pemilik juga menyukai kopi dan sang pemilik juga memiliki alat untuk pembuatan kopi tersebut. Cafe ini dinamakan Cafe Gerobak karena pada awal merintis usaha ini sang pemilik hanya

menggunakan sebuah gerobak kecil, lambat laun semakin berkembang usahanya hingga memiliki 3 cabang coffee shop di payakumbuh. Cafe gerobak ini memilih anak muda dan pecinta kopi sebagai segmen utama unruk berbelanja di cafe gerobak tersebut.

4.2 Operasional Cafe Gerobak Payakumbuh



Berikut adalah penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab dari bagan struktur operasional Cafe Geobak Payakumbuh.

a. Owner dan Learning develop

Pemilik disini bernama andre. Tugas dan tanggung jawabnya sebagai develop menu, menciptakan sdm, brending.

b. Manager operasional area

Bagian manager operasional area disini dikelola oleh andi. Tugas dan tanggung jawabnya sebagai orang yang mengatur tiga cabang coffee shop di payakumbuh, karyawan, kompline pelanggan.

c. Keuangan

Bagian yang mengelola keuangan disini yaitu desi istri dari andre yang bertugas untuk mengelola keuangan cafe, setiap hal yang terkait dengan keuangan baik uang keluar ataupun masuk.

d. Produksi

Bagian produksi dikelola oleh andre, andi dan barista. Produksi disini yang dimaksud adalah andre bertugas sebagai orang yang menilai layak atau tidaknya produk untuk dijual, andi dan barista bertugas sebagai orang yang meracik makanan dan minuman yang tersedia di Cafe gerobak.

e. Pelayanan

Bagian pelayanan disini dikelola oleh aldo, Sali, fander, tugasnya adalah sebagai orang yang melayani pengunjung yang datang ke Cafe Gerobak. Semua karyawan disini tidak memiliki posisi tetap dan disini semua karyawan disebut sebagai barista karna disini menggunakan sistem sif dan piket, semua karyawan disini diwajibkan bisa meracik kopi.

f. Kreatif marketing

Bagian kreatif marketing dikelola oleh nikel. Tugas kreatif marketing disini sebagai orang membuat program promo, konten, desain packaging, dan mengatur kontrak kerja sama dengan perusahaan lain.

4.3 Visi dan Misi

- **Visi**

Gerobak kopi menjadi tempat favorit untuk bertemu atau berkumpulnya seseorang dengan koleganya, keluarga, teman, dan lain lainnya

- **Misi**

1. Selalu menyajikan kopi dengan kualitas yang bagus dan menyesuaikan trend yang saat ini.
2. Ingin menjadikan nama gerobak bukan hanya untuk dikenal sebagai bukan nama cafe saja tetapi ingin menjadikan nama gerobak ini sebagai brand baju, tumbler dan lain lain, yang membuat nama cafe gerobak menjadi legenda untuk anak muda.

4.4 Menu Makanan dan Minuman

Cefe gerobak memiliki beberapa produk makana dan minuman yang di tawarkan, produk makana dan minuman yang ditawarkan adalah sebgai berikut:

Tabel 4.2

Menu makanan dan minuman

Makanan		Harga	Minuman		Harga
Kategori	Produk		Kategori	Produk	
Rice bowl	Chicken katsu teriyaki	25 K	Basic espresso	Amerikano	13/15 K
	Chicken katsu black papper	25 K		Kapucino	20/23 K
	Ayam sambal mantah	25 K		Caffee latte	20/23 K
Pasta	Spagheti bolognese	25 K		Caffee latte (susu krimer	18/20 K
	Spagheti sosis	25 K		Caffee moka	23/25
appetizer	Frechh fries	15 K	Other coffee	Kopi milo	18 K
	Potato wedges	18 K		Karamel maciato	23 K
	Chiken katsu	18 K		Cold brew	18 K
	Mix fries (sosis,nuget,po tato)	20 K		Double shot and shake	15 K

				Frappuccino	25 K
				Frappuccino oreo	28 K
			Manual brew	Indonesian coffee	15/18 K
				International coffee	25/28 K
			Premium tea	Camomilo	13/15 K
				English breakfast	13/15 K
				Jasmine	13/15 K
				Earl grey	13/15 K
				Lyhcee tea	15 K
				Strawberry tea	15 K
				Thai tea milk	15 K
			Not coffee	Greeantea	18/20 K
				Coklat	18/20 K
				Taro	18/20 K
				Red velvet	18/20 K
				Milk shake	15 K

				flavor	
				Choco banana	25 K
				Vanila smoothy	23 K
				Oreo smoothy	23 K
				Banana smoothy	20 K
				Orange float	15 K
				Ekstra shot	8 K
				Ekstra flavor sirup	5 K
				Eksra float	5 K

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identifikasi Responden

Dalam penelitian ini yang sampenyal para pelanggan yang membeli atau berkunjung ke Cafe Gerobak . sampel yang diambil disini sebanyak 100 pelanggan. Sebelum menjelaskan bagaimana responden mengenai kualitas pelayanan dan gaya hidup pada Cafe Gerobak Payakumbuh, berikut uraian tentang krakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dan usia.

5.1.1 Identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin

Untuk melihat responden berdasarkan jesnis kelamin pada Cafe Gerobak di Payakumbuh dilihat dalam tabel 5.1 sebagai berikut:

Tabel 5.1

Identifikasi konsumen berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Wanita	63	63%
Pria	37	37%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan

Dari tabel 5.1, 100 responden membeli produk Cafe Gerobak Payakumbuh, 63 orang responden wanita atau 63% dari semua responden dan 37 orang responden pria atau 37%. Dari keberadaan responden yang dipisahkan berdasarkan gender, kita dapat menyimpulkan bahwa lebih banyak wanita yang melakukan pembelian.

5.1.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

Salah satu faktor seseorang untuk mengambil sebuah keputusan adalah usia. Tabel 5.2 menunjukkan usia konsumen pada Cafe Gerobak Payakumbuh.

Tabel 5.2
 Identifikasi konsumen berdasarkan umur

Usia	Jumlah	Persentase
>18	100	100%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan

Dari tabel 5.2 dapat dilihat bahwa berdasarkan usia responden yang membeli atau berkunjung ke Cafe Gerobak Payakumbuh sebanyak 100 orang responden dan responden semuanya berumur 18 tahun keatas semuanya.

5.2 Pembahasan Hasil Penelitian

5.2.1 Analisis Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah kemampuan suatu layanan untuk menjalankan fungsinya, termasuk keandalan, daya tahan, akurasi, dan kenyamanan, pengoperasian dan perbaikan, dan atribut lainnya. Jika layanan dapat menjelaskan karakteristiknya, itu adalah layanan berkualitas tinggi, (Kotler dan Armstrong ,2008:347). berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan keahlian dalam bagaimana mereka ditawarkan untuk memenuhi harapan dan kepuasan mereka. ini merupakan pengertian dari kualitas layanan.

Pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak baik karena ini sangat penting dalam keputusan pembelian , ini dapat berdampak positif pada

pembelian yang berulang dan padaakhirnya akan meningkatkan penjualan perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan memiliki beberapa jenis standar pelayanan antara lain:

1. ketepatan waktu pelayanan, yaitu waktu proses transaksi atau proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu mengurangi kesalahan pelayanan ataupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan dalam melayani pelanggan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, keersedian sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, dan ketersediaan fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk di lokasi tersebut.
5. Kenyamanan konsumen, yaitu tersedianya tempat parkir, ruang tunggu dan lokasi yang bersih serta rapi.

Salah satu cara perusahaan penyedia layanan untuk membedakan diri dari pesaing mereka adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya. Bila suatu perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang berkualitas maka perusahaan berada pada posisi yang tidak menguntungkan. Kuncinya untuk perusahaan adalah dengan memenuhi harapan seorang konsumen mengenai kualitas pelayanan tersebut.

Pengharapan konsumen dapat dibentuk berdasarkan pengalaman mereka saat berbelanja atau berkunjung ke perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan perlu mengidentifikasi keinginan konsumen.

1. Bukti Fisik (Tangible)

Kemampuan sebuah perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak internal merupakan pengertian dari bukti fisik (tangible). suatu bentuk dari jasa merupakan pengertian lain dari bukti fisik, yang terdiri dari bentuk peralatan yang digunakan, fasilitas yang dapat menunjang layanan jasa serta penampilan seorang karyawan. Aspek ini sangat penting sebagai ukuran untuk pelanggan yang berku jung. Pelanggan yang berkunjung atau berbelanja akan menggunakan indera perusahaan untuk mengetahui aspek tangible perusahaan tersebut. Dimensi bukti fisik umumnya lebih penting bagi pelanggan yang baru. Untuk dapat mengetahui hasil tanggapan responden mengenai bukti fisik sebagai berikut:

Tabel 5.3

Tangapan konsumen mengenai perlengkapan yang digunakan pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju		1	-
2	Tidak setuju	2	2	4
3	Kurang setuju	1	3	3
4	Setuju	67	4	268
5	Sangat setuju	30	5	150
Jumlah skor				425
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				85%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Maka dapat di ketahui jawaban responden terhadap perlengkapan yang digunakan pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah responden yang menjawab

sangat tidak setuju tidak ada, selanjutnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden maka jumlah skor sebanyak 4, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 1 responden dengan jumlah skor 3, kemudian 67 responden yang memberikan jawaban setuju dengan jumlah skor 268, selanjutnya 30 orang r yang memberikan tanggapan sangat setuju dengan jumlah skor sebanyak 150. Dari sini dapat disimpulkan bahwa perlengkapan yang digunakan pada Cafe Geobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

Perlengkapan juga dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk berkunjung ke cafe tersebut. Peralatan yang lengkap dan bagus yang di gunakan oleh cafe gerobak dapat menarik minat pelanggan. Oleh karena itu sebelum mendirikan usaha maka pihak perusahaan harus mempertimbangkan peralatan apa saja yang harus digunakan.

Tabel 5.4
 Tanggapan konsumen mengenai fasilitas
 Pada Cafe Geobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju		1	-
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	6	3	18
4	Setuju	65	4	260
5	Sangat setuju	28	5	140
Jumlah skor				420
Skor max 5 X 100				500
% tertinggi jawaban				84%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Dapat di ketahui jawaban responden mengenai fasilitas ada pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju, selanjutnya 1 responden yang menjawab tidak setuju maka skor yang diperoleh 2, sedangkan 18 responden yang memberikan jawaban kurang setuju maka jumlah skornya 18, kemudian 65 orang memberikan tanggapan setuju dengan jumlah skor 260, yang terakhir 28 responden menjawab sangat setuju skor yang diperoleh sebanyak 140. Berdasarkan hasil tanggapan diatas disimpulkan fasilitas yang ada pada Cafe Geobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

Fasilitas merupakan salah satu daya tarik untuk perusahaan dalam memikat pelanggan atau pengunjung, fasilitas yang lengkap dan rapi serta layak dipandang oleh mata pelanggan sehingga pelanggan dapat merasa nyaman untuk datang ke tempat tersebut.

Tabel 5.5
 Tangapan konsumen mengenai penampilan karyawan
 pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	4	3	12
4	Setuju	67	4	268
5	Sangat setuju	28	5	140
Jumlah skor				422
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				84,4
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Dapat di ketahui jawaban konsumen mengenai penampilan karyawan pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada tanggapan konsumen sangat tidak setuju, 1 konsumen mengisi tidak setuju dengan skor sebanyak 2, sedangkan 12 konsumen memberikan jawaban kurang setuju maka jumlah skor yang diperoleh 12, selanjutnya konsumen yang memberikan jawaban setuju sebanyak 67 konsumen dengan jumlah skor 268, yang terakhir sebanyak 28 konsumen yang memberikan tanggapan sangat setuju dengan jumlah skor sebanyak 140. Dapat disimpulkan bahwa penampilan karyawan pada Cafe Geobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

Penampilan karyawan yang menarik merupakan nilai tambah bagi sebuah perusahaan karna dengan penampilan karyawan yang menarik dan rapi dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan dapat menarik minat pelanggan untuk berkunjung lagi ke tempat tersebut.

2. Keandalan (Reliability)

Kemampuan kerja seorang agar dapat melayani pelanggan dengan apa yang telah dijanjikan seperti tepat waktu dan kemampuannya dapat dipercaya itu dinamakan keandalan. Kinerja seseorang harus sama dengan diharapkan seorang konsumen yang berupa kemampuan kerja seseorang dalam melayani seorang konsumen dengan dijanjikan tepat waktu, menerima perlakuan yang sama dengan yang lainnya tanpa melakukan kesalahan, serta karyawan yang simpatik dan akurasi yang tinggi. Dimensi keandalan ini merupakan salah satu dimensi yang penting bagi pelanggan dari industri jasa. Untuk mengetahui hasil tanggapan

responden mengenai keandalan (reliability) dapat di ketahui melalui hasil tanggapan responden yakni:

Tabel 5.6

Tanggapan konsumen mengenai pelayanan yang cepat, tanggap dan tepat waktu pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	5	3	15
4	Setuju	65	4	260
5	Sangat setuju	27	5	135
Total skor				412
Jumlah max 5 X 100				500
% tertinggi jawaban				82,4%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Di ketahui jawabankonsumen terhadap pelayanan yang cepat, tanggap dan tepat waktu pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada konsumen yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju, 1konsumen yang memberikan jawaban tidak setuju jumlah skor 2, sedangkan 5 konsumen yang memberikan jawaban kurang setuju maka jumlah skornya 15, kemudian 65 konsumen yang memberikan tanggapan setuju maka diperoleh jumlah skor 260, yang terakhir 27 konsumen yang memberikan jawaban sangat setuju diperoleh jumlah skor sebanyak 135. Maka disimpulkan pelayanan yang cepat, tanggap dan tepat waktu pada Cafe Gerobak Payakumbuhyaitu dalam kategori setuju.

pelayanan yang cepat, tanggap dan tepat waktu merupakan bagian yang terpenting dalam sebuah perusahaan ini disebabkan karna pelanggan akan merasa puas saat berbelanja atau berkunjung ke tempat tersebut dan konsumen yang diberikan pelayanan yang bagus pasti tidak akan sungkan untuk datang kembali ke perusahaan tersebut.

3. **Daya Tanggap (Responsiveness)**

Daya tanggap (responsiveness) merupakan kemampuan dan kesiapan seorang karyawan dalam memberikan pelayanan maupun membantu serta mendengar permintaan pelanggan apa yang dibutuhkan pelanggan disaat melayaninya. Daya tanggap merupakan dimensi kualitas pelayanan yang sangat dinamis. Harapan seorang pelanggan terhadap daya tanggap seorang karyawan berubah ubah dikarenakan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Hal ini menyebabkan pelanggan akan tidak puas dengan jika mereka membuang-buang waktu karena mereka kehilangan kesempatan lain untuk memperoleh sumber daya keuangan. Pelanggan bersedia membayar harga yang lebih tinggi setiap kali mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan cepat. Harap dicatat bahwa harga akan berbeda untuk setiap pelanggan pada satu waktu. Untuk mengetahui hasil tanggapan responden dalam hal daya tanggap dapat dilihat pada hasil jawaban konsumen sebagai berikut:

Tabel 5.7

Tanggapan konsumen mengenai kemampuan dan kesiapan seorang karyawan dalam memberikan jasa pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	5	3	15
4	Setuju	72	4	288
5	Sangat setuju	22	5	110
Jumlah skor				415
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				83%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Tanggapan konsumen mengenai kemampuan dan kesiapan seorang karyawan dalam memberikan jasa pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada konsumen yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, konsumen yang memberikan jawaban tidak setuju jumlah skor yang didapat 2, sedangkan 5 konsumen memberikan tanggapan kurang setuju diperoleh jumlah skor 15, kemudiankonsumen yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 72 konsumen dengan jumlah skor 288, terakhir konsumen mengenai tanggapan sangat setuju sebanyak 22 konsumen maka skor yang diperoleh sebanyak 110. Dapat disimpulkan bahwa kemampuan dan kesiapan seorang karyawan dalam memberikan jasa pada Cafe Gerobak Payakumbuh dalam katagori setuju

Pelanggan yang mengeluh akan pelayanan yang tidak memenuhi atau tidak memuaskan maka pihak perusahaan wajib memberikan solusi jalan keluar

yang baik atas keluhan pelanggan tersebut. Pelanggan akan merasa di hargai ketika mendapatkan pelayanan yang berkualitas.

Tabel 5.8

Tanggapan konsumen mengenai merespon permintaan klien dalam memberikan layanan yang dibutuhkan klien pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	2	2	4
3	Kurang setuju	9	3	27
4	Setuju	61	4	244
5	Sangat setuju	28	5	140
Total skor				415
Jumlah tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				83%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Tanggapan konsumen mengenai merespon permintaan klien dalam memberikan layanan yang dibutuhkan klien pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada konsumen jawaban sangat tidak setuju, 2 konsumen yang memberikan jawaban tidak setuju dengan jumlah skor syang didapat 4, selanjutnya konsumen yang memberikan tanggapan kurang setuju sebanyak 9 dengan jumlah skor 27, berikutnya 61 konsumen yang memberikan tanggapan setuju maka jumlah skor 244, terakhir 28 konsumen yang memberikan jawaban sangat setuju dengan skor yang diperoleh 140. Dapat disimpulkan bahwa penampilan karyawan pada Cafe Geobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

Konsumen yang merasa kurang puas terhadap respon karyawan ini bakalan berdampak buruk terhadap perusahaan tersebut, oleh karena itu kesiapan karyawan disaat merespon pelanggan agar dapat memenuhi apa saja kebutuhan pelanggan tersebut agar pelanggan merasa di hargai dan pelanggan tersebut akan datang kembali ke tempat tersebut.

4. Jaminan (Assurance)

Jaminan (assurance), kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan dalam janji dengan klien, seperti keamanan, kemampuan untuk memberikan klien rasa aman saat menggunakan layanan yang diberikan, dan kemampuan untuk menciptakan rasa keamanan dan mengkomunikasikan kepercayaan pelanggan. Aspek jaminan merupakan kombinasi dari aspek kompetensi, etika dan kehandalan. Untuk melihat hasil tanggapan responden terhadap jaminan, maka dapat melihat jawaban konsumen berikut ini:

Tabel 5.9

Tanggapan konsumen terhadap kemampuan karyawan mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	2	1	2
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	8	3	24
4	Setuju	68	4	272
5	Sangat setuju	21	5	105
Jumlah skor				405
Skor tertinggi 5 X 100				500

% skor jawaban	81%
Kriteria	Setuju

Sumber : Data olahan

Tanggapan konsumen mengenai kemampuan karyawan mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah 2 orang konsumen yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan jumlah skor 2, selanjutnya 1 konsumen yang memberikan tanggapan tidak setuju skor yang didapat 2, sedangkan 8 konsumen yang memberikan tanggapan kurang setuju jumlah skor yang diperoleh 24, kemudian konsumen yang memberikan tanggapan setuju 68 orang maka jumlah skor 272, yang terakhir 21 responden yang memberikan jawaban sangat setuju skor yang diperoleh 105. Dapat disimpulkan bahwa kemampuan karyawan mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya pada Cafe Gerobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

Kesiapan seorang karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan harus di tanggapi dengan cepat, karena sesuai motonya “pelanggan adalah raja”, oleh sebab itu pelanggan harus selalu ingin dimengerti dan dihormati.

Tabel 5.10

Tanggapan konsumen terhadap kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam melakukan sebuah pelayanan pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	-	2	-
3	Kurang setuju	5	3	15
4	Setuju	58	4	232
5	Sangat setuju	37	5	185

Jumlah skor	432
Skor tertinggi 5 X 100	500
% skor jawaban	86,4%
Kriteria	Setuju

Sumber : Data olahan

Jawaban konsumen mengenai kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam melakukan sebuah pelayanan pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada konsumen yang memberikan jawaban sangat tidak setuju , selanjutnya tidak ada konsumen yang memberikan tanggapan tidak setuju, sedangkan 5 konsumen yang memberikan tanggapan kurang setuju maka skornya 15, kemudian 58 responden yang menjawab setuju skor yang didapat 232, terakhir 37 konsumen yang mengisi sangat setuju maka jumlah skornya sebanyak 185. Dapat disimpulkan bahwa kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam melakukan sebuah pelayanan pada Cafe Gerobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

Kesiapan seorang karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan harus di tanggapi dengan cepat, karena sesuai motonya “pelanggan adalah raja”, maka dapat disimpulkan pelanggan harus selalu ingin dimengerti dan dihormati. Dengan situasi dan kondisi karyawan yang mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik maka dapat meningkatkan keputusan pembelian dan dari kondisi ini maka akan memutuskan pembelian konsumen secara efektif.

Tabel 5.11

Tanggapan konsumen mengenai keterampilan karyawan dalam memberikan sebuah informasi pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	1	1	1
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	6	3	18
4	Setuju	72	4	288
5	Sangat setuju	20	5	100
Jumlah skor				409
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				81,8%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Tanggapan konsumen mengenai keterampilan karyawan dalam memberikan sebuah informasi pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah konsumen yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 dengan jumlah skor 1 , selanjutnya 1 konsumen yang memberikan jawaban tidak setuju dengan jumlah skor 2, selanjutnya 6 konsumen yang memberikan jawaban kurang setuju diperoleh jumlah skor 18, kemudian 72 orang yang memberikan tanggapan setuju maka diperoleh skornya 288, terakhir 20 konsumen memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden dengan jumlah skor sebanyak 100. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen tersebut dapat disimpulkan bahwa keterampilan karyawan dalam memberikan sebuah informasi pada Cafe Gerobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju. Dapat disimpulkan keterampilan karyawan dalam

memberikan sebuah informasi pada Cefe Gerobak dapat dikatagerokin dalam setuju.

Tabel 5.12

Tanggapan konsumen mengenai kemampuan memberikan rasa aman kepada klien pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	-	2	-
3	Kurang setuju	11	3	33
4	Setuju	67	4	268
5	Sangat setuju	22	5	110
Jumlah skor				411
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				82,2%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Di ketahui jawaban konsumen terhadap kemampuan memberikan rasa aman kepada klien pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada konsumen yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, selanjutnya tidak ada konsumen yang memberikan jawaban tidak setuju, sedangkan 11 konsumen yang memberikan jawaban kurang setuju maka jumlah skor 33, kemudian 67 konsumen yang memberikan tanggapan setuju maka skor yang didapat 268, terakhir tanggapan konsumen sangat setuju sebanyak 22 responden dengan jumlah skor sebanyak 110. Disimpulkan bahwa kemampuan memberikan rasa aman kepada klien pada Cafe Gerobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

Karyawan harus memberi rasa aman kepada pelanggan atau konsumen, karna apabila karyawan merasa aman saat berkunjung ke tempat tersebut maka pelanggan tersebut berkeinginnan untuk datang atau berkunjung ke tempat tersebut lagi.

5. Empati (Empathy)

Empati (empathy) kesediaan perusahaan, atau karyawan untuk peduli terhadap pelanggan secara individu, seperti pemahaman dan pengetahuan tentang perusahaan, pemahaman akan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan jam kerja pelanggan. Aspek empati adalah: Akses, kemudahan yang diberikan oleh perusahaan untuk menggunakan layanan, komunikasi, kemampuan karyawan untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan dan meminta saran dari pelanggan, memahami pelanggan (understanding customers), pelanggan yang mewakili perusahaan. harapan. Untuk mengetahui hasil jawaban empati responden dapat dilihat pada hasil jawaban konsumen sebagai berikut:

Tabel 5.13

Tanggapan konsumen terhadap pengertian, pengetahuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari kliennya pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	-	2	-
3	Kurang setuju	12	3	36
4	Setuju	70	4	280
5	Sangat setuju	18	5	90

Total skor	406
Jumlah tertinggi 5 X 100	500
% skor jawaban	81,2%
Kriteria	Setuju

Sumber : Data olahan

Di ketahui jawaban konsumen terhadap pengertian, pengetahuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari kliennya. pada Cafe Gerobak Payakumbuh adalah tidak ada konsumen yang menjawab sangat tidak setuju, selanjutnya tidak ada juga konsumen menjawab tidak setuju, sedangkan yang memberi tanggapan kurang setuju sebanyak 12 orang maka skornya 36, kemudian konsumen yang memberikan tanggapan setuju 70 konsumen dengan skor 280, terakhir 18 konsumen memberikan jawaban sangat setuju jumlah skornya 90. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian, pengetahuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari kliennya pada Cafe Gerobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju.

seorang karyawan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pengunjung harus diberikan pengertian dan pengetahuan lebih ekstra, karena konsumen yang berkunjung untuk membeli produk selalu ingin dilakukan baik dan sopan oleh karyawan. Tanpa kualitas yang baik dari seorang karyawan maka pelanggan akan sungkan untuk datang membeli produk yang di jual.

Tabel 5.14

Rekapitulasi jawaban konsumen tentang variabel kualitas pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	Skor					Jumlah skor
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Perlengkapan yang dimiliki cafe gerobak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.	-	2	1	67	30	
	Bobot nilai	-	4	3	268	150	425
2	Fasilitas yang ada di cafe gerobak dapat menunjang pelayanan	-	1	6	65	28	
	Bobot nilai	-	2	18	260	140	420
3	Penampilan karyawan cafe gerobak yang menarik	-	1	4	67	28	
	Bobot nilai	-	2	12	268	140	422
4	Cafe gerobak memberikan pelayanan yang cepat, tanggap dan tepat waktu	-	1	5	65	27	
	Bobot nilai	-	2	15	260	135	412
5	Kemampuan dan kesiapan karyawan cafe gerobak dalam memberikan pelayanan	-	1	5	72	22	
	Bobot nilai	-	2	15	288	110	415
6	Kemampuan cafe gerobak saat merespon permintaan pelanggan dalam memberikan layanan yang	-	2	9	61	28	

	dibutuhkan pelanggan.						
	Bobot nilai	-	4	27	244	140	415
7	Kemampuan karyawan cafe gerobak mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya	2	1	8	68	21	
	Bobot nilai	2	2	24	272	105	405
8	Karyawan cafe gerobak mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik kepada pelanggan.	-	-	5	58	37	
	Bobot nilai	-	-	15	232	185	432
9	Cafe gerobak memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan	1	1	6	72	20	
	Bobot nilai	1	2	18	288	100	409
10	Cafe gerobak memiliki kemampuan memberi rasa aman kepada pelanggan	-	-	11	67	22	
	Bobot nilai	-	-	33	268	110	411
11	Cafe gerobak memiliki pengertian, pengetahuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya.	-	-	12	70	18	
	Bobot nilai	-	-	36	280	90	406
	Jumlah						3.754

Sumber: Data olahan 21

Dapat dilihat persentase tertinggi ada pada indikator karyawan cafe gerobak mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik kepada pelanggan yaitu dengan skor 432. Dan yang paling rendah berada pada indikator kemampuan karyawan cafe gerobak mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya dengan skor 305. Untuk melihat jumlah skor ideal dari seluruh jawaban konsumen yang tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan ini:

$$\text{Nilai tertinggi} = 11 \times 5 \times 100 = 5.500$$

$$\text{Nilai terendah} = 11 \times 1 \times 100 = 1.100$$

$$\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah} = \frac{5.500}{5} - \frac{1.100}{5} = \frac{4.400}{5} = 880$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rendah skala mengenai Kualitas Pelayanan (X1) pada Cafe Greobak dapat di tentukan sebagai berikut:

$$\text{Sangat setuju} = 4620 - 5.500$$

$$\text{Setuju} = 3740 - 4620$$

$$\text{Kurang setuju} = 2.860 - 3760$$

$$\text{Tidak setuju} = 1980 - 2860$$

$$\text{Sangat tidak setuju} = 1100 - 2860$$

Berdasarkan data diatas maka hasil skor total kualitas pelayanan pada cafe gerobak dipayakumbuh sebanyak 3.754. Pada skala penelitian skor ini berada pada rentang 3740 – 4620 yang termasuk dalam kategori setuju. Bahwa indikator perlengkapan yang dimiliki cafe gerobak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, fasilitas yang ada di cafe gerobak dapat menunjang pelayanan, penampilan karyawan cafe gerobak yang menarik, cafe gerobak memberikan pelayanan yang cepat, tanggap dan tepat waktu, kemampuan dan kesiapan

karyawan cafe gerobak dalam memberikan pelayanan, kemampuan cafe gerobak saat merespon permintaan pelanggan dalam memberikan layanan yang dibutuhkan pelanggan, kemampuan karyawan cafe gerobak mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya, karyawan cafe gerobak mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik kepada pelanggan, cafe gerobak memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan, cafe gerobak memiliki kemampuan memberi rasa aman kepada pelanggan, cafe gerobak memiliki pengertian, pengetahuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya dikategorikan baik. Dari 11 indikator terdapat satu indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu karyawan cafe gerobak mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik kepada pelanggan dengan skor 432. Pelayanan yang diberikan oleh cafe gerobak dipayakumbuh mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik kepada pelanggan seperti kesiapan seorang karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan yang harus ditanggapi dengan cepat, menawarkan beberapa produk dengan ramah serta menyambut konsumen dengan keramahan dan memberikan pelayanan yang bagus.

5.2.2 Analisis Gaya Hidup

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh gaya hidup, pada akhirnya seseorang dapat menemukan pilihan konsumsinya. Konsumen mungkin hedonistik, ingin menjadi pusat perhatian, ekstrovert, menikmati kehidupan yang sibuk dan aktivitas yang menarik, kurang aktif secara sosial, dan tidak terlalu sibuk dengan dunia luar, dan berpartisipasi dalam banyak aktivitas sosial.

Gaya hidup merupakan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting bagi orang lain (minat), dan bagaimana mereka berpikir tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (opini). Gaya hidup suatu masyarakat berbeda dengan masyarakat lainnya. Dari waktu ke waktu, gaya hidup individu atau kelompok masyarakat tertentu berubah secara dinamis.

Menurut Setiadi, sikap konsumen terhadap suatu objek tertentu dapat mencerminkan gaya hidup seseorang, gaya hidup seseorang tercermin dari apa yang disukai dan apa yang dipikirkannya.

1. Aktivitas (Activity)

Sesuatu yang mengacu cara individu menghabiskan waktu dan uang yang mereka miliki dinamakan aktivitas. Agar dapat mengetahui hasil tanggapan konsumen mengenai Aktivitas (Activity) maka dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.15

Tanggapan konsumen mengenai hobi bersantai – santai
 pada Cafe Gerobak Payakumbuh

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	7	2	14
3	Kurang setuju	21	3	63
4	Setuju	46	4	184
5	Sangat setuju	26	5	130
Jumlah skor				391
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				78,2

Kriteria	Setuju
----------	--------

Sumber : Data olahan

Di ketahui jawaban konsumen mengenai hobi bersantai – santai pada Cafe Gerobak Payakumbuh tidak ada konsumen yang menjawab sangat tidak setuju, selanjutnya 7 konsumen yang menjawab tidak setuju dengan skor 14, sedangkan 21 konsumen yang memberikan tanggapan kurang setuju dengan total skor 63, kemudian 46 konsumen yang memberikan jawaban setuju maka toatal skor yang diperoleh 184, terakhir 26 konsumen yang memberikan tanggapan sangat setuju dengan jumlah skor 130. Disimpulkan bahwa hobi bersantai – santai pada Cafe Gerobak Payakumbuh dalam kategori setuju.

Hobi salah satu yang dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk berkunjung ke cafe tersebut. Karena seseorang yang memiliki hobi bersantai santai pasti akan berkunjung ke tempat tersebut. Oleh karena itu sebelum mendirikan usaha maka pihak perusahaan harus mempertimbangkan apa saja yang dibutuhkan pelanggan dan apa saja yang bisa menarik minat pelanggan sehingga pelanggan yang memiliki hobi bersantai santai di cafe maka akan tertarik untuk berkunjung.

Tabel 5.16

Tanggapan konsumen mengenai Cafe Gerobak bagi saya adalah salah satu tempat hiburan

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	2	1	2
2	Tidak setuju	2	2	4
3	Kurang setuju	18	3	54

4	Setuju	54	4	216
5	Sangat setuju	24	5	120
Jumlah skor				396
Skor max 5 X 100				500
% tertinggi jawaban				79,2
Kriteria				Setuju

Data : Olahan

Di ketahui jawaban konsumen mengenai Cafe Gerobak bagi saya adalah salah satu tempat hiburan adalah 2 konsumen yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan skor 2 , selanjutnya 2 konsumen yang memberikan tanggapan tidak setuju dengan skor 4, sedangkan 18 konsumen yang memberikan tanggapan kurang setuju dengan total skor 54, kemudian 54 konsumen yang memberikan jawaban setuju maka total skor yang diperoleh 216, terakhir 24 konsumen yang memberikan tanggapan sangat setuju dengan jumlah skor 120. Disimpulkan bahwa Cafe Gerobak bagi saya adalah salah satu tempat hiburan dalam kategori setuju.

2. Minat (Interest)

Minat menurut (Setiadi 2010: 148) Berinteraksi dengan kepentingan konsumen yang dianggap penting dalam hidupnya. agar dapat mengetahui hasil tanggapan konsumen mengenai Minat (Interest)maka dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 5.17

Tanggapan konsumen mengenai Makanan dan minuman di Cafe gerobak lebih nikmat dari pada di rumah

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	8	1	8
2	Tidak setuju	5	2	10
3	Kurang setuju	29	3	87
4	Setuju	33	4	132
5	Sangat setuju	25	5	125
Jumlah skor				362
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				72,4%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Di ketahui tanggapan responden mengenai Makanan dan minuman di Cafe gerobak lebih nikmat dari pada di rumah adalah 8 konsumen memberikan jawaban sangat tidak setuju dengan total skor 8 , selanjutnya 5 konsumen yang memberikan jawaban tidak setuju jumlah skor 10, sedangkan 29 konsumen yang memberikan jawaban kurang setuju maka total skornya adalah 87, kemudian 33 konsumen yang memberikan jawabann setuju dengan skor 132, terakhir sebanyak 25 konsumen yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah skor yang diperoleh sebanyak 125. Dapat disimpulkan bahwa makana dan minuman yang ada pada Cafe Gerobak Payakumbuh lebuh nikmat dari pada di rumah yaitu dalam kategori setuju.

Tabel 5.18

Tanggapan responden mengenai selalu menyediakan uang untuk memenuhi kebutuhan di Cafe gerobak

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	3	2	6
3	Kurang setuju	25	3	75
4	Setuju	55	4	220
5	Sangat setuju	17	5	85
Jumlah skor				386
Skor tinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				77,2%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

di ketahui tanggapan konsumen mengenai selalu menyediakan uang untuk memenuhi kebutuhan di Cafe gerobak adalah tidak ada konsumen memberikan jawaban sangat tidak setuju, selanjutnya 3 orang yang menjawab tidak setuju jumlah skor 6, sedangkan 25 orang yang menjawab kurang setuju maka total skornya adalah 75, kemudian 55 konsumen yang memberikan jawaban setuju dengan skor 220, terakhir sebanyak 17 konsumen yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah skor yang diperoleh sebanyak 85. Disimpulkan bahwa penampilan karyawan pada Cafe Geobak Payakumbuh yaitu dalam kategori setuju. Berdasarkan tanggapan konsumen disimpulkan pekerjaan merupakan hal terpenting yang dapat merubah seseorang agar berkunjung ke Cafe Gerobak karena disaat berkunjung ke cafe gerobak seseorang apakah selalu menyediakan uang untuk memenuhi kebutuhan .

3. Opini (Opinions)

Tanggapan lisan atau tertulis yang diberikan seseorang dalam menanggapi situasi sulit yang membutuhkan pernyataan semacam itu disebut pendapat. Menurut Engel, Blackwell, & Miniard (1994) opini berguna dalam mendeskripsikan penafsiran, keinginan, serta evaluasi, Keyakinan Tentang Niat Orang lain, Harapan sehubungan dengan peristiwa Masa depan, Kehendak Alternatif atau konsekuensi tindakan. Agar dapat mengetahui hasil tanggapan konsumen mengenai Minat (Interest) maka dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.19

Tanggapan konsumen mengenai produk makanan dan minuman di Cafe Gerobak memiliki kualitas yang baik

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	6	3	18
4	Setuju	66	4	264
5	Sangat setuju	27	5	135
Jumlah skor				419
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				83,8%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Di ketahui jawaban konsumen mengenai produk makanan dan minuman di Cafe Gerobak memiliki kualitas yang baik adalah tidak ada konsumen yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju, selanjutnya 1 konsumen yang memberikan tanggapan tidak setuju dengan skor 2, sedangkan 6 konsumen yang

memberikan tanggapan kurang setuju dengan total skor 18, kemudian 66 konsumen yang memberikan jawaban setuju maka total skor yang diperoleh 264, terakhir 27 konsumen yang memberikan tanggapan sangat setuju dengan jumlah skor 135. Disimpulkan bahwa produk makanan dan minuman di Cafe Gerobak memiliki kualitas yang baik dalam kategori setuju.

Produk makana dan minuman yang berkualitas merupakan salah satu dimensi terpenting ini dikarenakan apabila suatu perusahaan jasa menyediakan produk makanan dan minuman yang berkualitas yang baik maka pengunjung yang berbelanja disana akan datang kembali untuk membeli produk tersebut.

Tabel 5.20

Tanggapan konsumen mengenai berkunjung ke Cafe Gerobak karena dari dulu sudah terbiasa

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju		1	-
2	Tidak setuju	2	2	4
3	Kurang setuju	25	3	75
4	Setuju	51	4	204
5	Sangat setuju	22	5	110
Jumlah skor				393
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				78,6%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Di ketahui tanggapan konsumen mengenai berkunjung ke cafe gerobak karena dari dulu sudah terbiasa adalah tidak ada konsumen yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, selanjutnya konsumen menjawab tidak setuju

sebanyak 2 dengan total skor 4, sedangkan 25 konsumen memberikan tanggapan kurang setuju maka jumlah skornya 75, kemudian 51 konsumen memberikan tanggapan setuju dengan jumlah skor 204, terakhir 22 konsumen yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden dengan total skor 110. Dapat disimpulkan bahwa berkunjung ke cafe gerobak karena dari dulu sudah terbiasa dalam kategori setuju.

Tabel 5.21

Rekapitulasi tanggapan konsumen tentang variabel Gaya Hidup (X2)

No	Pernyataan	Skor					Jumlah skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Bersantai-santai di cafe geroba merupakan hobi saya.		7	21	46	26	
	Bobot Nilai		14	63	184	130	391
2	Cafe glerobak bagi saya adalah salah satu tempat hiburan	2	2	18	54	24	
	Bobot Nilai	2	4	54	216	120	396
3	Makanan dan minuman di Cafe gerobak lebih nikmat dari pada di rumah.	8	5	29	33	25	
	Bobot Nilai	8	10	87	132	125	362
4	Saya selalu menyediakan uang untuk memenuhi kebutuhan pada saat di cafe gerobak		3	25	55	17	
	Bobot Nilai		6	75	220	85	386
5	Produk makanan dan		1	6	88	27	

	minuman di cafe gerobak memiliki kualitas yang baik						
	Bobot Nilai		2	18	352	135	507
6	Saya suka berkunjung ke cafe gerobak karena sudah terbiasa dari dulu		2	25	51	22	
	Bobot Nilai		4	75	204	110	393
	Jumlah						2.435

Sumber : Data Olahan 21

Dilihat persentase tertinggi berada pada indikator Produk makanan dan minuman di cafe gerobak memiliki kualitas yang baik yaitu dengan skor 507. Dan yang paling rendah berada pada indikator Makanan dan minuman di Cafe gerobak lebih nikmat dari pada di rumah.dengan skor 362. Untuk melihat total yang ideal seluruh jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} = 6 \times 5 \times 100 = 3.000$$

$$\text{Nilai terendah} = 6 \times 1 \times 100 = 600$$

$$\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah} = \frac{3.000}{5} - \frac{600}{5} = \frac{2400}{5} = 480$$

Agar dapat mengetahui tingkat kategori rendah skala mengenai Gaya Hidup (X2) pada Cafe Greobak dapat di tentukan sebagai berikut:

$$\text{Sangat setuju} = 2.520 - 3.000$$

$$\text{Setuju} = 2.040 - 2.520$$

$$\text{Kurang setuju} = 1.560 - 2.040$$

$$\text{Tidak setuju} = 1.080 - 1.560$$

$$\text{Sangat tidak setuju} = 600 - 1.080$$

Berdasarkan data diatas maka hasil skor total gaya hidup pada cafe gerobak dipayakumbuh adalah sebanyak 2.435. Pada sekala penelitian skor ini berada pada rentang 2.040 - 2.520 yang termasuk dalam kategori setuju. Adapun indikator dalam gaya hidup yaitu bersantai-santai di cafe geroba merupakan hobi saya, cafe gerobak bagi saya adalah salah satu tempat hiburan, makanan dan minuman di cafe gerobak lebih nikmat dari pada di rumah, saya selalu menyediakan uang untuk memenuhi kebutuhan pada saat di cafe gerobak, produk makanan dan minuman di cafe gerobak memiliki kualitas yang baik, dan saya suka berkunjung ke cafe gerobak karena sudah terbiasa dari dulu. Dari 6 indikator terdapat 1 indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu Produk makanan dan minuman di cafe gerobak memiliki kualitas yang baik dengan skor 507

5.2.3 Analisis Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli ialah proses yang terjadi ketika konsumen membeli produk. Karena keputusan pembelian orang dipengaruhi oleh perilaku konsumen, perusahaan harus dapat memahami dan mengakui perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen.

Pilihan antara dua atau lebih alternatif pilihan merupakan pengertian dari keputusan pembelian menurut (Schifman dan Kanuk 2007: 485) . Dengan kata lain, setelah keputusan dibuat, orang harus dapat memilih alternatif. Ketika orang dapat memilih apakah akan membeli atau tidak, ini disebut posisi keputusan. Konsumen akan melakukan beberapa proses sebelum melakukan keputusan pembelian yaitu terdiri dari lima tahap: pengenalan msalah, evaluasi alternatif, pilihan, dan evaluasi pascaakuisisi, dan pengambilan keputusan oleh konsumen

meliputi penentuan bagaimana orang memilih di antara dua atau lebih pembelian alternatif dan menjadi proses yang terjadi sebelum dan sesudah pilihan tersebut diambil.

Pilihan akan produk, merek pemasok, penentuan saat pembelian, dan disaat melakukan keputusan pembelian barang terdapat dua belah pihak maupun lebih pihak yang terlibat dalam proses pembeliannya ini merupakan kegiatan sebelum melakukan keputusan pembelian..

1. Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah merupakan faktor paling penting karena merupakan tempat di mana pembeli menyadari masalah tersebut. Proses keputusam pembelian dimulai dimulai ketika orang menyadari bahwa mereka memiliki masalah atau kebutuhan. Kebutuhan muncul apabila adanya gerakan eksternal dan internal. sangat penting bagi pemasar agar untuk dapat mengenali kebutuhan mereka ketika mereka menyadarinya, sehingga mereka dapat dengan cepat memberikan solusi yang benar-benar layak.

Untuk mengetahui hasil tanggapan konsumen terhadap produk makanan atau minuman di Kafe Gerobak, Anda dapat meninjau tabel sebagai berikut:

Tabel 5.22

Tanggapan responden mengenai suka produk makanan atau minuman di Cafe
Gerobak

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	8	3	24

4	Setuju	68	4	272
5	Sangat setuju	23	5	115
Jumlah skor				413
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				82,6%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Tanggapan konsumen mengenai suka produk makanan atau minuman di cafe gerobak adalah tidak ada konsumen yang mengisi tanggapan sangat tidak setuju tidak ada, 1 konsumen yang menjawab tidak setuju dengan jumlah skor 2, sedangkan 8 konsumen yang memberikan tanggapan kurang setuju maka total skornya 24, kemudian 68 konsumen yang memberikan tanggapan setuju maka skor yang didapat 272, terakhir 23 konsumen memberikan tanggapan sangat setuju dengan jumlah skor 115. Disimpulkan bahwa suka produk makanan atau minuman di cafe gerobak kategori setuju.

2. Pencarian Informasi

Pencarian Informasi, Orang selalu memiliki keinginan untuk mencari informasi. Jika ada suatu barang yang menarik dan memenuhi kebutuhan, maka konsumen akan bersedia untuk membelinya. Pencarian informasi dibagi menjadi dua bagian, bagian pertama meningkatkan perhatian, dan bagian kedua secara aktif mencari informasi dengan mencarinya dari sumber mana pun. Cek hasil respon responden terhadap pencarian informasi tentang produk Cafe Gerobak Payakumbuh dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.23

Tanggapan konsumen terhadap ketika saya berkunjung ke Cafe Gerobak saya
selalu membeli produk makana atau minuman

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	-	2	-
3	Kurang setuju	7	3	21
4	Setuju	67	4	268
5	Sangat setuju	26	5	130
Jumlah Total skor				419
Skor tinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				83,8%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Tanggapan konsumen mengenai ketika berkunjung ke cafe gerobak selalu membeli produk makanan atau minuman adalah tidak ada konsumen yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, selanjutnya begitu juga dengan tanggapan konsumen terhadap tidak setuju tidak ada, sedangkan 7 konsumen memberikan jawaban kurang setuju maka jumlah skornya 21, kemudian 67 konsumen memberikan tanggapan setuju sebanyak nilai skornya 268, terakhir 26 konsumen yang mengisi sangat setuju dengan skornya 130. Dapat disimpulkan bahwa ketika berkunjung ke Cafe Gerobak selalu membeli produk makana atau minuman dalam kategori setuju.

3. Pencarian Alternatif Konsumen

Pencarian Alternatif Konsumen harus hati-hati memilih produk yang tepat untuk dibeli. Konsumen memproses informasi yang dipilih untuk membuat keputusan akhir. Konsumen bereaksi berbeda terhadap setiap produk tergantung pada minat mereka. Hasil tanggapan responden terhadap atribut produk Cafe gerobak Payakumbuh ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.24

Tanggapan konsumen mengenai berkunjung ke Cafe Gerobak selalu ada penawaran menu makana dan minuman

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	2	2	4
3	Kurang setuju	8	3	24
4	Setuju	65	4	260
5	Sangat setuju	25	5	125
Jumlah skor				413
Skor timggi 5 X 100				500
% skor jawaban				82,4%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Jawaban konsumen mengenai berkunjung ke cafe gerobak selalu ada penawaran menu makana dan minuman adalah tidak ada konsumen menjawab sangat tidak setuju, 2 orang konsumen yang memberikan mengisi tidak setuju sebanyak maka jumlah skor 4, sedangkan 8 orang konsumen yang kurang setuju dengan skor 24, kemudian konsumen yang mrengisi setuju sebanyak 65 orang maka nilai skornya 260, terakhir 25 konsumen yang memberikan jawaban sangat

setuju maka jumlah skornya 125. Dapat disimpulkan berkunjung ke Cafe Gerobak selalu ada penawaran menu makana dan minuman kategori setuju.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian Setelah konsumen menemukan pilihan , mereka membuat keputusan pembelian agar memilih dari beberapa merek tersedia. Pada fase ini, konsumen menempatkan alternatif serangkai pilihan yang membentuk motivasi pembelian. Konsumen biasanya lebih di menyukai merek, namu ada faktor lain yang berpengaruh seperti sikap keadaan orang lain yang tidak terduga. Pada tabel berikut terdapat tanggapan responden mengenai produk pada Cafe Gerobak:

Tabel 5.25

Tanggapan responden mengenai merasa puas saat berbelanja produk makana atau minuman di Cafe Gerobak

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	1	2	2
3	Kurang setuju	10	3	30
4	Setuju	66	4	264
5	Sangat setuju	23	5	115
Jumlah skor				411
Skor tertinggi 5 X 100				500
% skor jawaban				82,2%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Dari tabel diatas dapat di ketahui tidak ada konsumen r yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, selanjutnya 1 responden yang memberikan jawaban

tidak setuju dengan jumlah skor 2, sebanyak 10 responden memberikan jawaban kurang setuju jumlah skor 30, selanjutnya 66 konsumen yang memberikan tanggapan setuju maka jumlah skor 264, terakhir 23 orang responden memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah skor sebanyak 115. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen atau pelanggan merasa puas saat berbelanja produk makanan atau minuman di Cafe Gerobak kategori setuju.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pasca pembelian merupakan proses akhir dalam pengambilan keputusan. Seorang konsumen akan merasakan puas atau tidaknya setelah melakukan pembelian, yang kemudian akan menyertakan suatu perilaku setelah pembelian.

- Puas atau tidak puas, konsumen merasakan puas tidak puasnya saat berbelanja yang didasarkan dari beberapa informasi yang mereka dapat dari produk. Apabila produk yang diterima berbeda dari harapan mereka maka akan membuat konsumen merasa tidak puas dan begitu pulak sebaliknya.
- Tindakan setelah pembelian, seseorang yang melakukan pembelian ulang itu dikarenakan mereka merasa puas saat melakukan pembelian. Sebaliknya konsumen yang merasakan tidak puas maka mereka akan bersikap sebaliknya. Bahkan mungkin mereka bakal menceritakan ketidpuasan mereka kepada konsumen lain, yang bisa membuat orang lain juga menjadi tidak tertarik terhadap produk tersebut. Pemasaran merupakan kunci sukses dalam Proses pembelian, karena dengan demikian pemasar bisa membuat perencanaan yang lebih baik.

Agar dapat mengetahui tanggapan dari responden terhadap kepuasan konsumen maka dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.26

Tanggapan responden mengenai sering membeli produk makanan atau minuman di Cafe Gerobak

No	Jawaban	Frekuensi	Skor	Total skor
1	Sangat tidak setuju	-	1	-
2	Tidak setuju	-	2	-
3	Kurang setuju	22	3	66
4	Setuju	60	4	240
5	Sangat setuju	18	5	90
Jumlah skor				396
Nilai tertinggi 5×100				500
% skor jawaban				79,2%
Kriteria				Setuju

Sumber : Data olahan

Dari tabel diatas dapat di ketahui responden mengenai frekuensi sering membeli produk makanan atau minuman di cafe gerobak adalah responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju tidak ada, selanjutnya responden yang memberikan tanggapan tidak setuju tidak ada, 22 orang responden memberikan jawaban kurang setuju dengan jumlah skor 66, kemudian 60 konsumen yang memberikan jawaban setuju responden dengan jumlah skor 240, selanjutnya responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 18 responden dengan total sebanyak 90. Dapat disimpulkan bahwa sering membeli produk makanan atau minuman di Cafe Gerobak dalam kategori setuju.

Tabel 5.27

Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Skor					Jumlah skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Saya suka produk makanan atau minuman di cafe gerobak	-	1	8	68	23	
	Bobot nilai	-	2	24	272	115	413
2	Ketika saya berkunjung ke cafe gerobak saya selalu membeli produk makana atau minuman	-	-	7	67	26	
	Bobot nilai	-	-	21	268	130	419
3	Ketika saya berkunjung ke cafe gerobak selalu ada penawaran menu makana dan minuman	-	2	8	65	25	
	Bobot nilai	-	4	24	260	125	413
4	Saya merasa puas saat berbelanja produk makana atau minuman di cafe gerobak	-	1	10	66	23	
	Bobot nilai	-	2	30	264	115	411
5	Saya sering membeli produk makanan atau minuman di cafe gerobak	-	-	22	60	18	
	Bobot nilai	-	-	66	240	90	336
	Jumlah						1.992

Sumber : Data Olahan

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada indikator Ketika saya berkunjung ke cafe gerobak saya selalu membeli produk makana atau minuman yaitu dengan skor 419. Dan yang paling rendah berada pada indikator Saya sering membeli produk makanan atau minuman di cafe gerobak dengan skor 366. Untuk mengetahui skor total ideal semua jawaban dari responden terbaik, Anda dapat mengetahuinya pada penjelasan di bawah ini.

$$\text{Nilai tertinggi} = 5 \times 5 \times 100 = 2.500$$

$$\text{Nilai terendah} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah} = \frac{2.500}{5} - \frac{500}{5} = \frac{2000}{5} = 400$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rendah skala mengenai Keputusan Pembelian (Y) pada Cafe Greobak dapat di tentukan sebagai berikut:

$$\text{Sangat setuju} = 2.100 - 2.500$$

$$\text{Setuju} = 1.700 - 2.100$$

$$\text{Kurang setuju} = 1.300 - 1.700$$

$$\text{Tidak setuju} = 900 - 1.300$$

$$\text{Sangat tidak setuju} = 500 - 900$$

Berdasarkan data diatas maka hasil skor total keputusan pembelian pada cafe gerobak dipayakumbuh adalah sebesar 1.992. Pada sekala penelitian skor ini berada pada rentang 1.700 – 2.100 yang termasuk dalam kategori setuju. Adapun indikator dalam keputusan pembelian yaitu saya suka produk makanan atau minuman di cafe gerobak, ketika saya berkunjung ke cafe gerobak saya selalu membeli produk makana atau minuman, ketika saya berkunjung ke cafe gerobak selalu ada penawaran menu makana dan minuman, saya merasa puas saat

berbelanja produk makana atau minuman di cafe gerobak, dan saya sering membeli produk makanan atau minuman di cafe gerobak. Dari 5 indikator terdapat 1 indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu ketika saya berkunjung ke cafe gerobak saya selalu membeli produk makana atau minuman dengan skor 419.

5.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji ini akan menggambarkan seberapa tingkat kemampuan dari sebuah alat ukur yang akan di gunakan untuk mengungkapkan sasaran pengukuran.

Pengujian validitas menggunakan koreksi yang dilakukan dengan cara menghitung koreksi antar skor variabel. Agar dapat melihat pertanyaan – pertanyaan yang diberikan kepada konsumen mendapatkan hasil valid maupun tidaknya, disini dilakukan pengujian kepada 100 orang responden yang memiliki 22 pertanyan untuk menguji validilitas dan reabilitas dari seluruh pertanyan yang telah diberikan. Pertanyaan yang akan di bagi kepada pengunjung atau pelanggan Cafe Geobak terbagi dalam tiga variabel yautu: variabel kualitas pelayanan, gaya hidup, dan keputusan pembeli.

Uji ini dapat ditentukan dari r hitung, apabila r hitung sig. $\leq 0,05$ = valid dan r hitung sig. $\geq 0,05$ = tidak valid (Ghozali, 2011). Hasil pengujian ini tercantum dalam tabel dibawah ini:

Tabel 5.28

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1	0,575	0,195	Valid
	X2	0,628	0,195	Valid
	X3	0,591	0,195	Valid
	X4	0,636	0,195	Valid
	X5	0,670	0,195	Valid
	X6	0,761	0,195	Valid
	X7	0,564	0,195	Valid
	X8	0,632	0,195	Valid
	X9	0,456	0,195	Valid
	X10	0,648	0,195	Valid
	X11	0,594	0,195	Valid
Gaya Hidup	X1	0,790	0,195	Valid
	X2	0,796	0,195	Valid
	X3	0,790	0,195	Valid
	X4	0,727	0,195	Valid
	X5	0,594	0,195	Valid
	X6	0,768	0,195	Valid
Keputusan Pembelian	X1	0,729	0,195	Valid
	X2	0,709	0,195	Valid
	X3	0,743	0,195	Valid
	X4	0,787	0,195	Valid
	X5	0,751	0,195	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 21

Berdasarkan hasil pengujian data diatas maka dapat di lihat nilai *corrected item-total correlation* lebih tinggi dari 0.195. jika nilai correlation lebih tinggi daripada r tabel maka indikator tersebut dikatakan valid. Jadi dapat diartikan bahwa secara keseluruhan 22 indikator dari variabel kualitas pelayanan, gaya hidup dan keputusan pembelian memiliki data yang valid dan bisa di interpretasikan sebagai lanjutan melalui penelitian lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji ini menunjukkan seberapa konsisten hasil pengukuran. Ini dapat dilakukan lebih dari sekali untuk gejala yang sama. Tes ini dijalankan menggunakan ekspresi alpha Cronbach. Totalnya adalah 0,7 dan hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 5.29

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Koefisien Alpha
Kualitas Pelayanan	0,836
Gaya Hidup	0,833
Keputusan Membeli	0,798

Sumber : Data Olahan Spss Versi21

Uji realibilitas instrumen penelitian ini didasarkan pada pertanyaan yang memiliki validilitas. Instrumen dinyatakan reabil jika yang di dapat 0,70. Hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil nilai kualitas pelayanan dengan sskor 0,836 > 0,70 maka reabil, gaya hidup dengan skor 0,833 > 0,70 beserta keputusan pembelian dengan skor 0,798 > 0,70 maka reabil.

5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Yang menentukan keputusan pembelian hingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas layanan dan gaya hidup. Untuk dapat memudahkan penelitian, hal ini ada pada tabel di bawah ini. Tabel ini berisi variabel yang diteliti berdasarkan survei ini responden. Jawaban konsumen akan dievaluasi untuk ketentuan berikut:

- A. nilai sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1
- B. nilai tidak setuju (TS) sebanyak 2
- C. nilai kurang setuju (KS) sebanyak 3
- D. nilai setuju (S) sebanyak 4
- E. nilai sangat setuju (SS) sebanyak 5

Analisis regresi digunakan untuk menghitung secara kuantitatif bagaimana perubahan dalam satu peristiwa (variabel X) mempengaruhi peristiwa lain (variabel Y). Dalam survei ini, variabel responnya ialah kualitas pelayanan (X1), gaya hidup (X2), dan keputusan pembelian (Y).

Persamaan regresi linier berganda secara matematis dinyatakan sebagai:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta intersepsi

b = Koefisien Regresi

X1= Kualitas Layanan

X2 = Gaya Hidup

Tabel 5.30

Hasil Perhitungan Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,219	2,285	3,597	,001
	kualitas pelayanan(x1)	,072	,043	,131	,096
	gaya hidup(x2)	,384	,047	,636	,000

Sumber : Data Olahan SPSS21

Dari hasil tanggapan responden yang didistribusikan dalam program SPSS, kita dapat menguji bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut dapat ditentukan dengan menggunakan persamaan regresi linier yang didapat dalam SPSS, dan diperoleh rumus berikut:

$$Y = 8,219 + 0,131X_1 + 0,636X_2 + \epsilon$$

Dari rumus di atas dapat gambaran koefisien regresi dari variabel yaitu b_1 dan b_2 bertanda positif. Hal menunjukkan variabel X_1 dan X_2 di tingkatkan akan berdampak terhadap keputusan pembelian.

Dimana:

1. Nilai 8,219. Artinya X_1 (kualitas pelayanan) = 0 maka Variable Y (keputusan pembelian) sebesar 8,291. Setiap penakian variable kualitas pelayanan (X_1) sebesar satu, maka variable terikat keputusan pembelian akan bertambah 0,072. Artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian karena koefisien regresi variabel positif. Jika seorang

konsumen memiliki pengetahuan tentang produk yang akan di beli maka semakin baik kualitas pelayanannya maka semakin mningkat keputusan pembelian yang mereka buat.

2. Nilai 8.219. Artinya jika X_2 (gaya hidup) = 0, variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 8,291. Untuk setiap variabel gaya hidup (X_2) meningkat, maka variabel dependen keputusan pembelian meningkat sebanyak 0,384. artinya bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena koefisien regresi variabel positif. Semakin baik pengetahuan konsumen terhadap gaya hidup, semakin banyak keputusan pembelian oleh konsumen.
3. Standar kesalahan (E) adalah variabel acak yang memiliki distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor, mempengaruhi Y, tetapi tidak dimaksimalkan oleh rumus.

5.5 Uji Hipotesis

5.5.1 Uji T

Pengujian ini dilakukan ntuk melihat pengaruh independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dapat membandingkan nilai t pada tabel dengan t yang diperoleh dari perhitungan, untuk tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dengan kriteria berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 : n - k - 1)$$

$$T \text{ tabel} = t (0,05/2 : 100 - 2 - 1)$$

$$T \text{ tabel} = t (0,025 : 47)$$

$$T \text{ tabel} = t (1.98472)$$

Keterangan : n = jumlah sample

K = jumlah variable bebas

1 = konstanta

Bila $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ H_0 ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) di terima bila $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ maka, H_0 diterima dan hipotesis alternatif (H_1) di tolak.

Berikut ini hasil pengujian regresi linier berganda dalam penelitian ini di dapat t-statistik yakni:

Tabel 5.31

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1						
	(Constant)	8,219	2,285			
	kualitas pelayanan(x1)	,072	,043	,131	1,683	,096
	gaya hidup(x2)	,384	,047	,636	8,197	,000

a. Dependent Variable: keputusan membeli(y)

Sumber : Data Olahan SPSS21

Berdasarkan uji t disimpulkan berikut ini:

1. Pengaruh kualita pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{Hitung} (1,683) < t_{Tabel} (1,98472) dengan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar t_{Hitung} (0,096) > t_{Tabel} (0,05), maka H_0 diterima H_1 ditolak. Sehingga dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap gaya hidup menunjukkan nilai t_{Hitung} (8,197) > t_{Tabel} (1,98472) dengan nilai signifikasi yang di hasilkan sebesar t_{Hitung} (0,000) < t_{Tabel} (0,05), maka H_0 di tolak H_1 diterima . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh secara signifikasi terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.

5.5.2 Uji F

Uji F membandingkan $F_{Hitung} > F_{Tabel}$, untuk mencari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen secara bersamaan maka dengan kondisi berikut:

a) Jika nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b) Jika nilai f-hitung lebih kecil dari f-tabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka variabel bebas secara simultan (bersama-sama) tidak berpegaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 5.32

Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	204,369	2	102,184	34,585	,000 ^b
	Residual	286,591	97	2,955		
	Total	490,960	99			

a. Dependent Variable: keputusan membeli(y)

b. Predictors: (Constant), gaya hidup(x2), kualitas pelayanan(x1)

Sumber : data olahan SPSS21

Di ketahui F hitung 34,584 dengan signifikasi 0,000, f maka di peroleh :

$$F_{\text{tabel}} = F (k ; n-k)$$

$$F_{\text{tabel}} = F (2 ; 100-2)$$

$$F_{\text{tabel}} = F (2; 98)$$

$$F_{\text{tabel}} = F(3.09)$$

Dari tabel diatas dapat diketahui F hitung sebesar 34.585 dengan signifikasi 0.000. Dengan demikian di ketahui $F_{\text{hitung}} (34.585) > F_{\text{Tabel}} (3.09)$ dengan sig 0.000 < 0.05. Maka H_0 di tolak dan H_1 di terima, artinya pengaruh kualitas layanan (X1), gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Cafe Gerobak di Payakumbuh.

5.5.3 Uji Determinasi

Besarnya suatu donasi independen terhadap variabel dependen merupakan pengertian dari uji determinasi. Semakin tinggi kemampuan variabel independen mengungkapkan variasi perubahan yg terdapat dalam variabel dependen ini disebabkan karena koefisien determinasi semakin tinggi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan gaya hidup, sementara variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Tabel 5.33

Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,645 ^a	,416	,404	1,71888	2,157

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS21

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kemampuan variabel independen kualitas pelayanan dan gaya hidup memiliki kemampuan untuk menjelaskan keputusan pembelian yaitu variabel dependen. ini dapat dilihat melalui koefisien korelasi yang sebanyak 0,645, kecuali yang disesuaikan R-squadre memiliki koefisien determinasi sebanyak 0,404. Menurut kriteria interpretasi koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas pelayanan dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian = $0,404 \times 100\% = 40,4$, dan lebih dari 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

5.6 Pembahasan

5.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Cafe Gerobak Di Payakumbuh.

Hasilnya, ditemukan bahwa variabel kualitas layanan tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh hasil statistik yaitu uji-t, sehingga keputusan pembelian pada cafe gerobak Payakumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan.

Skro tertinggi pada kualitas pelayanan pada indikator karyawan cafe gerobak mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik kepada

pelanggan dikarenakan kesiapan seorang karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan harus di tanggap dengan cepat, karena sesuai motonya “pelanggan adalah raja”, maka dapat disimpulkan pelanggan harus selalu ingin dimengerti dan dihormati. Dengan situasi dan kondisi karyawan yang mempunyai sopan santun, keramahan dan perhatian yang baik maka dapat meningkatkan keputusan pembelian dan dari kondisi ini maka akan memutuskan pembelian konsumen secara efektif.

Skor persentase terendah pada variabel kualitas pelayanan berada pada indikator kemampuan karyawan cafe gerobak mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya, hal ini dikarenakan setiap harinya karyawan mendapatkan posisi yang berbeda.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dawud Luthfianto pada tahun 2017 yang berjudul pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada cafe jalan korea. Hasil ditemukan bahwa yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah kualitas layanan, dan ditemukan variabel yang paling berpengaruh dalam penelitian ini ialah kualitas layanan. Di sisi lain, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada cafe gerobak di Pajakumbuh.

5.6.2 Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Cafe Geroabk Di Payakumbuh

Gaya hidup seseorang dilihat dari bagaimana dia hidup, bagaimana dia menghabiskan uangnya dan cara mengatur waktunya, maka semakin tinggi gaya hidup yg dimiliki seseorang maka akan meningkat keputusan pembelian sang konsumen. Dari uji t membuktikan bahwa variabel gaya hidup (X2) memiliki efek yg signifikan terhadap keputusan pembelian dalam cafe gerobak di Payakumbuh.

Skor persentase paling tinggi pada variabel gaya hidup adalah Produk makanan dan minuman di cafe gerobak memiliki kualitas yang baik. Hal ini dikarenakan cafe gerobak mempunyai produk yang berkualitas.

Skor persentase paling rendah pada variabel gaya hidup adalah Makanan dan minuman di Cafe gerobak lebih nikmat dari pada di rumah. Hal ini dikarenakan makana dan minuman di rumah kita dapat mengatur porsi sesuai kebutuhan dan makana jauh lebih higienis.

Temuan penelitian ini didukung oleh karya yang dilakukan oleh Gladis Punky Suharto, dan Dra. Sri Suryoko, M.Si pada tahun 2016 yang berjudul pengaruh gaya hidup dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada giggle box cafe dan reasto Semarang. Hasilnya ditemukan gaya hidup dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dalam penelitian ini, variabel yang paling berpengaruh adalah gaya hidup .

5.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Dan Gaya Hidup (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gerobak Di Payakumbuh.

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan uji f simultan menggambarkan bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak Di Payakumbuh.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan determinasi ditemukan kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh lemah terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gerobak di Payakumbuh. Dari hasil analisis data di atas maka didapatkan nilai Adjusted R Squad sebanyak 0,404. Artinya 40,4% variabel keputusan pembelian bergantung pada kualitas pelayanan dan gaya hidup. Dan 59,6% lagi dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis pengaruh kualitas pelayanan, gaya hidup dan pengaruh keputusan pembelian di kafe gerobak Payakumbuh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada cafe gerobak di Payakumbuh kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pada cafe gerobak di Payakumbuh gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Pada cafe gerobak di Payakumbuh kualitas pelayanan dan gaya hidup secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Diantara variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ialah gaya hidup. Perkembangan zaman dan dilakukan secara efektif maka akan mempengaruhi lebih besar keputusan pembelian oleh konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan ini maka didapat saran saran oleh peneliti adalah:

1. Bagi pihak cafe gerobak diharapkan selalu meningkatkan kemampuan karyawan cafe gerobak mengenai pengetahuan terhadap suatu produknya.

2. Cafe gerobak diharapkan selalu memperhatikan gaya hidup. Karena semakin tinggi gaya hidup individu maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bagi peneliti mencari variabel lain, karena variabel ini berpengaruh lemah terhadap keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

- Churchill, Gilbert A. 2001. Dasar – Dasar Riset Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Griffin, Ricky W. 2004. Manajemen. Jakarta: Erlangga
- Karim, Ach Busrul. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Café and Resto di Kota Malang).
- Kusumah, Ridwan Zia. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang.
- Luthfianto, Dawud dan Suprihhadi, Heru. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. ISSN: 2461-0593
- Minarti, Mega Sifti. 2020. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee
- Moenir. 2010. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta: Bumi Askara
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga
- Najmuddinsomadi. 2015. Hubungan Gaya Hidup dan Konsep Diri dengan Keputusan Pembelian Kendaraan bermotor Roda Dua di Jakarta
- Pradesty, Beby Halkirana. 2017. Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Revlon pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatra Utara
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2013. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Sanusi, Anwar. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta Selatan: SalembaEmpat

Setiadi, Nugroho. 2010. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana

Siow, N. 2013. Kualitas Layanan dan Kepercayaan pelanggan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria di Kota Manado. Jurnal EMBA

Solehuddin. 2017. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 Esp (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jl. Williem Iskandar Medan)

Suharto, Gladis Punky dan Suryoko,Sri. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giggie Box Cafe & Resto Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro

Tana, Susanti Oktafiani. 2020. Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.