

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA CAFE JEBER JL. DURIAN DI PEKANBARU)

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*



OLEH :

**DIVA GEMILANG
NPM : 155210764**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2021

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 2481/Kpts/FE-UIR/2019
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 26 Agustus 2019 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.
 2. 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. Surat Mendikbud RI:
 a. Nomor: 0880/U/1997 c.Nomor: 0378/U/1986
 b. Nomor: 0213/0/1987 d.Nomor: 0387/U/1987
 2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
 a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
 b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
 c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
 d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi
 3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
 a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
 b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
 5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

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

No	N a m a	Jabatan/Golongan	Keterangan
1.	Dr.Eva Sundari, SE., MM	Lektor, C/c	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:
 N a m a : Diva Gemilang
 N P M : 155210764
 Jusan/Jenjang Pendd. : Manajemen / S1
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan membeli di Café Jeber Jl. Durian Pekanbaru.
3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.
 4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.
 5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
 6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.
- Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 27 Agustus 2019
 Dekan,

Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:

1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 433 / Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi/oral comprehensive 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/Skcp/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. Pembangunan
- 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 : Diva Gemilang
N P M : 155210764
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Jeber JL. Durian di Pekanbaru).

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Drs. Asril, MM	Lektor, C/c	Sistematika	Sekretaris
3	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Gilang Nugroho, Se., Mm	Non Fungsional 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 : 29 April 2021
Dekan



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

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

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

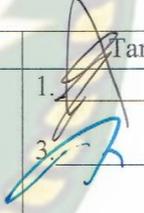
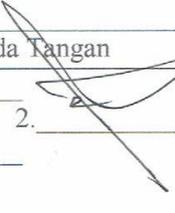
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Diva Gemilang
NPM : 155210764
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Café Jeber Jl. Durian Pekanbaru
Pembimbing : 1. Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC
Hari/Tanggal Seminar : Rabu / 04 Maret 2020

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

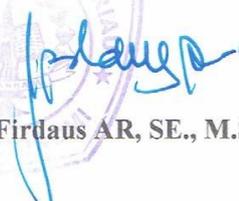
1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : 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		1. 
2.	Drs. Asril., MM		2. 
3.	Awliya Afwa, SE., MM		3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Pekanbaru, 04 Maret 2020
Sekretaris,


Azmansyah, SE., M.Econ



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

Nama : Diva Gemilang
NPM : 155210764
Program Studi : Manajemen S1
Sponsor : Dr. Eva Sundari, SE., MM. , CRBC
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Café Jeber Jl. Durian di Pekanbaru)

Dengan perincian bimbingan skripsi sebagai berikut :

Tanggal	Catatan Sponsor	Berita Acara	Paraf Sponsor
24 Oktober 2019	X	1. Perbaikan tabel penelitian terdahulu 2. Lengkapi halaman 3. Perbaiki sampel penelitian, onjek penelitian dan pengujian data	
28 November 2019	X	1. Daftar Pustaka diperbaiki	
1 Desember 2019	X	1. Acc seminar proposal	
11 Januari 2021	X	1. Acc skripsi	

Pekanbaru, 29 Mei 2021
Wakil Dekan I

Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 433 / Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi/oral comprehensive 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. Pembangunan
- 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 : Diva Gemilang
 N P M : 155210764
 Program Studi : Manajemen S1
 Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Jeber JL. Durian di Pekanbaru).

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Drs. Asril, MM	Lektor, C/c	Sistematika	Sekretaris
3	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Gilang Nugroho, Se., Mm	Non Fungsional 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 : 29 April 2021
 Dekan

Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

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 Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 433/KPTS/FE-UIR/2021, Tanggal 27 April 2021, Maka pada Hari Kamis 29 April 2021 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2020/2021.

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Nama | : Diva Gemilang |
| 2. NPM | : 155210764 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Jeber JL. Durian di Pekanbaru). |
| 5. Tanggal ujian | : 29 April 2021 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : A-(75,5) |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua



Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris



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

Dosen penguji :

1. Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC
2. Drs. Asril, MM
3. Awliya Afwa, SE., MM

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

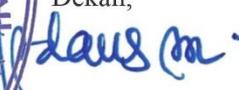
Notulen

1. Gilang Nugroho, SE., MM

(.....)



Pekanbaru, 29 April 2021
Mengetahui
Dekan,



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA



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 : Diva gemilang
NPM : 155210764
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian
(studi kasus pada cafe jeber jl. Durian di pekanbaru)

Disahkan Oleh:
Pembimbing

Dr. Eva Sundari, SE., MM

Diketahui :



Dekan

(Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., AK., CA)

Ketua Program Studi

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

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Diva Gemilang
NPM : 155210764
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Jeber JL. Durian di Pekanbaru).
Hari/Tanggal : Kamis 29 April 2021
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi 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. Asril, MM		
2	Awliya Afwa, SE., MM		

Hasil Seminar : *)

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

Mengetahui
An. Dekan



Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 29 April 2021
Ketua Prodi



Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

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 Universitas Islam Riau No: 433/KPTS/FE-UIR/2021, Tanggal 27 April 2021, Maka pada Hari Kamis 29 April 2021 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi Manajemen Tahun Akademis 2020/2021.

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Nama | : Diva Gemilang |
| 2. NPM | : 155210764 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Jeber JL. Durian di Pekanbaru). |
| 5. Tanggal ujian | : 29 April 2021 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR. |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : A-(75,5) |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua



Dr. Hj. Ellvan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris



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

Dosen penguji :

1. Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC
2. Drs. Asril, MM
3. Awliya Afwa, SE., MM



Notulen

1. Gilang Nugroho, SE., MM

(.....)



Pekanbaru, 29 April 2021

Mengetahui
Dekan,



D. Eridaus AR, SE., M.Si, Ak., CA



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية البرونزية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : DIVA GEMILANG
NPM : 155210764
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFE JEBER
Pembimbing : DR. EVA SUNDARI, SE., MM

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme **30%** yaitu (**tiga puluh persen**) pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, **2 Februari 2021**

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyampaikan :

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apa bila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Pekanbaru, 29 April 2021

Saya yang membuat pernyataan

Divya gemilang

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA CAFE JEBER JL.DURIAN DI PEKANBARU)

Diva Gemilang
155210764

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi. Adapun tujuan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada Café Jeber yang beralamatkan di Jalan Durian Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Café Jeber, sementara sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan teknik *accidental sampling*. Analisis data dalam penelitian menggunakan analisis data regresi linier berganda, uji hipotesis parsial dan simultan dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa baik secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Café Jeber. Sedangkan fasilitas merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Café Jeber. Sementara nilai R Square menjelaskan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 79,5% sementara sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

EFFECT OF SERVICE QUALITY, FACILITIES AND LOCATIONS ON PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY ON CAFE JEBER JL. DURIAN IN PEKANBARU)

***Diva Gemilang
155210764***

Many factors can influence purchasing decisions including service quality, facilities and location. The purpose of the study was to determine the effect of service quality, facilities, and location on purchasing decisions. The location of this research was carried out at Café Jeber which is located at Jalan Durian, Pekanbaru City. The population in this study were consumers at Café Jeber, while the sample in this study amounted to 100 people with accidental sampling technique. Data analysis in research using multiple linear regression data analysis, partial and simultaneous hypothesis testing and the coefficient of determination. The results showed that both partially and simultaneously service quality, facilities and research locations had a significant influence on consumer purchasing decisions at Café Jeber. While the facility is the most dominant variable in influencing consumer purchasing decisions at Café Jeber. While the value of R Square explains the quality of service, facilities and location can influence purchasing decisions by 79.5% while the remaining 20.5% is influenced by other variables not used in this study.

Keywords: Service Quality, Facilities, Location and Purchase Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi, pada kesempatan ini penulis membuat skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Jeber Jl. Durian Di Pekanbaru)”**. Adapun skripsi ini sangat dianjurkan untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian terakhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa yang tak luput dari kesalahan dan khilafan, skripsi ini masih jauh dari skripsi, Penulis ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik dari segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulisan menghapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat membangun. Selain dari itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun material serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terimah kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Kepada yang teristimewah buat Ayahanda Busman dan Ibunda Nurheppy yang telah membesarkan dan memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis serta selalu mendoakan penulis dari menjalankan perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini, serta Keluarga tercinta yang selalu memberikan motivasi bagi penulis.
2. Bapak Dr. Firdaus, AR, SE., M.Si AK, CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

3. Bapak ABD Razak Jer SE., MA Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC Selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah memberikan petunjuk dan arahan serta bimbingan kepada penulis.
5. Kepada Pemilik Café Jeber yang sudah memberikan izin untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Terimakasih kepada rekan seperjuangan di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UIR.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengakui banyak terdapat kekurangan. Baik dari penulisan maupun sumber referensi. Maka dari itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi dan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

Pekanbaru, Desember 2020
Penulis

Divia Gemilang

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Sistematika Penulisan	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Keputusan Pembelian	8
2.2 Kualitas Pelayanan	21
2.3 Fasilitas	24
2.4 Lokasi	27
2.5 Penelitian Terdahulu	28
2.6 Kerangka Pemikiran	28
2.7 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Lokasi Penelitian	30
3.2 Operasional Variabel	30
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	39
4.1 Sejarah Café Jeber	39
4.2 Struktur Organisasi Café Jeber	41
4.3 Deskripsi Tugas	41

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
5.1 Karakteristik Responden	44
5.2 Uji Kualitas Data Penelitian.....	46
5.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
5.4 Analisis Data Penelitian	112
5.5 Pembahasan.....	116
BAB VI PENUTUP	122
6.1 Kesimpulan	122
6.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung Café Jeber Bulan Januari – Desember 2018.....	4
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2	Kriteria Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	37
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	45
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 5.4	Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 5.5	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	46
Tabel 5.6	Uji Validitas Variabel Fasilitas	47
Tabel 5.7	Uji Validitas Variabel Lokasi.....	47
Tabel 5.8	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 5.9	Uji Reliabel Kuisisioner Penelitian.....	48
Tabel 5.10	Karyawan di Café Jeber sudah tepat memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan	49
Tabel 5.11	Karyawan Café Jeber menawarkan produk makanan dan minuman dengan terpercaya.....	51
Tabel 5.12	Karyawan pada Café Jeber memiliki keinginan untuk membantu setiap kebutuhan konsumen	52
Tabel 5.13	Karyawan Café Jeber memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen.....	54
Tabel 5.14	Karyawan Café Jeber bersikap sopan pada saat melayani konsumen yang datang	55
Tabel 5.15	Karyawan Café Jeber memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen	57
Tabel 5.16	Karyawan Café Jeber memberikan perhatian kepada setiap konsumen yang datang	59

Tabel 5.17	Karyawan Café Jeber melayani konsumen tanpa memandang status sosial.....	60
Tabel 5.18	Karyawan Café Jeber menyediakan tempat yang nyaman kepada konsumen	62
Tabel 5.19	Karyawan Café Jeber menjaga ruangan agar tetap bersih dan rapi.....	63
Tabel 5.20	Rekapitulasi Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 5.21	Desain ruangan Café Jeber mampu menarik konsumen	67
Tabel 5.22	Ruangan Café Jeber sudah ditata dengan baik untuk menarik konsumen yang datang	69
Tabel 5.23	Perlengkapan ruangan di Café Jeber sudah tersusun dengan rapi.....	70
Tabel 5.24	Desain ruangan di Café Jeber sudah sesuai dengan perkembangan zaman.....	72
Tabel 5.25	Café Jeber menyediakan tempat duduk yang nyaman kepada konsumen	73
Tabel 5.26	Café Jeber menyediakan wifi untuk menarik konsumen yang datang	74
Tabel 5.27	Penerangan pada Café Jeber sudah baik dan bersih.....	76
Tabel 5.28	Tata cahaya di Café Jeber tidak mengganggu konsumen yang datang	77
Tabel 5.29	Café Jeber menyediakan petunjuk ruangan.....	78
Tabel 5.30	Café Jeber menyediakan papan putih yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang diharapkan.....	80
Tabel 5.31	Rekapitulasi Tanggapan Variabel Fasilitas	81
Tabel 5.32	Bangunan Café Jeber di pinggir jalan raya	84
Tabel 5.33	Café Jeber terletak di lokasi yang strategis	85
Tabel 5.34	untuk menjaga keamanan Café Jeber memiliki pengawasan dari security	86
Tabel 5.35	Café Jeber memiliki lahan parkir yang luas	88

Tabel 5.36 Lokasi Café Jeber mudah dijangkau oleh transportasi umum atau pribadi.....	89
Tabel 5.37 Lokasi Café Jeber berada dekat dengan kawasan pada penduduk.....	90
Tabel 5.38 Bangunan Café Jeber mudah dilihat dan dapat diketahui oleh banyak orang.....	92
Tabel 5.39 Lokasi Café Jeber dekat dengan area perkantoran.....	93
Tabel 5.40 Café Jeber terletak dekat dengan fasilitas umum.....	95
Tabel 5.41 Rekapitulasi Tanggapan Variabel Lokasi.....	96
Tabel 5.42 Café Jeber menyediakan kebutuhan sesuai dengan selera konsumen.....	98
Tabel 5.43 Konsumen mencari tau tentang informasi mengenai cita rasa produk yang ditawarkan Café Jeber.....	99
Tabel 5.44 Konsumen menggali informasi mengenai Café Jeber.....	101
Tabel 5.45 Penilaian konsumen puas terhaap pelayanan yang diberikan ..	102
Tabel 5.46 Konsumen percaya dengan produk – produk yang ditawarkan oleh Café Jeber.....	104
Tabel 5.47 Konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh Café Jeber	105
Tabel 5.48 Café Jeber cocok untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman.....	107
Tabel 5.49 Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan	108
Tabel 5.50 Konsumen melakukan pembelian ulang berdasarkan kepopuleran.....	109
Tabel 5.51 Rekapitulasi tanggapan variabel keputusan pembelian.....	110
Tabel 5.52 Analisis regresi berganda.....	113
Tabel 5.53 Uji t hitung.....	114
Tabel 5.54 Uji f hitung.....	115
Tabel 5.55 Koefisien determinasi.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan	9
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	41



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman globalisasi saat ini banyak perkembangan usaha bisnis dimana salah satunya adalah bisnis café. Dimana saat ini, café bukan lagi tempat untuk menikmati makanan dan minuman tetapi sudah menjadi tempat berkumpulnya masyarakat. Karena saat ini, gaya hidup masyarakat lebih menyukai bertatap muka secara langsung dalam membahas sesuatu hal, berbincang dan juga untuk bersantai bersama teman bahkan keluarga. Karena pada dasarnya, manusia merupakan makhluk sosial yang diharuskan untuk saling berinteraksi dan bersosialisasi untuk saling bertukar informasi.

Awalnya, café hanya sebagai kedai biasa untuk membeli makanan dan minuman. Namun semakin berkembangnya waktu, café menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat seperti menjadi tempat tongkrongan dan untuk kegiatan bisnis sambil menikmati menu makanan dan minuman yang ditawarkan. Semakin berkembangnya industri café menuntut para pemilik café untuk berfikir lebih kreatif dalam membangun konsep yang lebih unik agar memiliki perbedaan agar dapat bersaing dengan café lainnya. Semakin tingginya persaingan membuat para pemilik café untuk selalu bergerak cepat dalam menciptakan dan mengembangkan menu-menu terbaru sebagai langkah dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Pada dasarnya seorang konsumen memiliki bermacam-macam kebutuhan yang

harus dipenuhi dalam kehidupannya. Maka dari itu, dengan semakin banyaknya kebutuhan – kebutuhan yang harus dipenuhi menuntut para pengusaha untuk selalu menghadirkan produk – produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen salah satunya mengenai produk makanan dan minuman.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian, salah satunya dengan meningkatkan kualitas usaha seperti makanan, minuman, pelayanan dan fasilitas pendukung. Karena pada dasarnya kualitas merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha. Dengan adanya kualitas yang baik dari perusahaan terhadap konsumennya maka hal ini akan sangat memberikan dampak positif dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk makanan dan minuman yang ditawarkan.

Dalam melakukan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh dua hal yaitu secara internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari kepribadian konsumen dan psikologis, sementara faktor eksternal adalah pola hidup, budaya dan kehidupan sosial konsumen. Kedua faktor ini yang pada akhirnya dapat memberikan pengaruh yang besar kepada konsumen dalam hal melakukan keputusan pembelian suatu produk makanan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhannya.

Selain fasilitas pelayanan yang semakin baik, faktor pemilihan lokasi juga dapat menjadi hal yang akan menarik minat konsumen untuk datang. Dimana pemilihan lokasi yang strategis seperti mudah dijangkau dan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mencapai tempat menjadi salah satu pilihan konsumen untuk datang. Karena lokasi yang strategis dekat dengan fasilitas umum, mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi atau umum dan dekat dengan keramaian akan menjadi hal utama bagi konsumen dalam melakukan penentuan pilihan.

Selain kualitas pelayanan dan penentuan lokasi bangunan, penambahan fasilitas pendukung juga dapat menjadi faktor yang akan mendukung dalam menarik minat konsumen untuk datang dan melakukan pembelian. Pada dasarnya, fasilitas merupakan sarana tambahan yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan sebelum melakukan keputusan pembelian. Dimana semakin lengkapnya fasilitas tambahan yang disediakan oleh sebuah usaha, diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih besar dalam mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian.

Sekarang banyak berkembang Cafe dimana – mana termasuk di Pekanbaru. Restoran dan tempat makan yang berkembang pesat salah satunya adalah Cafe Jeber yang telah menjadi tujuan kuliner warga Pekanbaru. Dengan harganya yang murah dan terjangkau oleh kalangan remaja yaitu anak SMP, SMA, dan anak kuliah. Banyaknya berbagai jenis makanan dan minuman dijual dengan harga yang juga bervariasi. Tempat yang nyaman serta rasa makanan dan minuman yang enak merupakan salah satu tujuan pembeli.

Cafe Jeber yang mempunyai konsep homey atau rumah dan modern. Di Cafe Jeber mempunyai menu yang enak seperti roti bakar aneka rasa, pisang panggang aneka rasa, soto, minuman aneka rasa, kopi dan lain – lain. Di Cafe Jeber mempunyai Live music ini merupakan bentuk kualitas pelayanan dan fasilitas di Cafe Jeber.

Berikut data yang berhasil di peroleh mengenai jumlah pengunjung Cafe Jeber di Pekanbaru dalam 1 (satu) tahun terakhir :

Tabel 1
Jumlah Pengunjung Cafe Jeber
Bulan Januari-Desember 2018

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	1.240
Februari	762
Maret	975
April	772
Mei	851
Juni	2.120
Juli	974
Agustus	679
September	942
Oktober	1.085
November	751
Desember	976
Total	12.127

Sumber : Pengelola Cafe Jeber Di Pekanbaru

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah pengunjung di Cafe Jeber Pekanbaru jl. Durian mengalami kenaikan dan penurunan dalam 1 (satu) tahun terakhir. Pada bulan Juni jumlah pengunjung Cafe Jeber sempat mengalami kenaikan namun kembali menurun pada bulan berikutnya. Penurunan jumlah pengunjung Cafe Jeber ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak Cafe dengan melakukan penyelidikan jumlah pengunjung yang cenderung mengalami penurunan ini. Hal ini di sebabkan oleh ketidakpuasan konsumen seperti pada

lokasi terutama lahan parkir yang tidak memadai, minimnya fasilitas yang ada di Cafe Jeber sehingga pengunjung berkurang setiap bulan berikutnya.

Dengan konsep *home* atau rumah serta fasilitas yang tersedia membuat peneliti tertarik untuk menelitinya. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA CAFE JEBER JL.DURIAN DI PEKANBARU).**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut “Apakah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan, lokasi, fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Cafe Jeber Jl. Durian di Pekanbaru.”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Cafe Jeber di Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Cafe Jeber di Pekanbaru.

- c. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Cafe Jeber di Pekanbaru.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Cafe Jeber di Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Cafe Jeber di Pekanbaru
Sebagai informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya.
- b. Bagi pihak lain
Sebagai bahan informasi dan bahan pembanding bagi penelitian selanjutnya.
- c. Bagi peneliti
Sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar S1, dan dari penelitian ini dapat menambah pemahaman teori perilaku konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan, dan menerapkan teori yang telah di peroleh di perguruan tinggi.
- d. Bagi Universitas Islam Riau
Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan bacaan perpustakaan, dan sebagai bahan informasi bagi penelitian yang sama.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan skripsi ini, maka penulis membaginya dalam 6 bab (enam) seperti ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pertama dari penulisan skripsi ini, yang antara lain berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini dikemukakan pendapat yang diambil berbagai macam literatur yang meliputi landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang sejarah singkat pada Café Jeber dan struktur organisasi serta aktivitasnya.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Café Jeber.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran sehubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Keputusan Pembelian

2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2007) adalah “*the selection of an option from two or alternative choice*” dapat diartikan sebagai suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang ada. Menurut Kotler (2007) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibelinya.

Untuk dapat mengetahui sejauh mana proses pembelian konsumen, kiranya perlu adanya upaya seperti: apakah konsumen membutuhkan informasi tentang produk yang akan dibeli, atau mungkin perlu didorong untuk melakukan pembelian. Melalui dukungan informasi yang tersedia dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan suatu keputusan termasuk didalamnya hal pembelian. Handok dalam Runianti (2015), bahwa motif pembelian oleh konsumen yang ada, yaitu antara lain:

- 1) Kelompok pembeli yang mengetahui dan bersedia memberitahukan motif pembelian mereka terhadap produk tertentu.

- 2) Kelompok pembeli yang mengetahui alasan mereka untuk membeli produk tertentu tetapi tidak bersedia memberitahukannya.
- 3) Kelompok pembeli yang tidak mengetahui motif pembelian sebenarnya terhadap produk tertentu. Biasanya motif pembelian mereka memang sangat sulit diketahui.

2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dalam Wahyuni (2008:32) bahwa keputusan pembelian adalah pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, hanya saja semua prosers tersebut tidak semua dilaksanakan oleh konsumen.

Gambar 2.1
Proses Pengambilan Keputusan



Sumber :Kotler dan Keller dalam wahyuni (2008:32)

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Dalam sebuah kasus, rasa lapar, haus, dapat menjadi sebuah pencarian informasi pengenalan masalah perilaku pasca pembelian evaluasi alternatif keputusan pembelian pendorong atau pemicu yang menjadi kegiatan pembelian. Dalam beberapa kasus lainnya, kebutuhan juga dapat didorong oleh kebutuhan eksternal. Contoh: ketika seseorang mencium sebuah wangi masakan dari dalam rumah makan ia akan merasa lapar atau seseorang menjadi ingin memiliki mobil seperti yang dimiliki tetangganya.

Ditahap ini seorang pemasar harus mampu mengidentifikasi suatu keadaan yang dapat menimbulkan kebutuhan konsumen. Sehingga para pemasar dapat melakukan penelitian yang dapat meningkatkan rangsangan dalam mempengaruhi minat terhadap suatu produk yang ditawarkan.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi-informasi yang lebih banyak. Dalam tahap ini, pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen dapat dibagi ke dalam dua level, yaitu situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan dengan penguatan informasi. Pada level ini orang akan mencari serangkaian informasi tentang sebuah produk. Pada level kedua, konsumen mungkin akan masuk kedalam tahap pencarian informasi secara aktif, melalui bahan bacaan, pengalaman orang lain, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu. Yang dapat menjadi

perhatian pemasar dalam tahap ini adalah bagaimana caranya agar pemasar dapat mengidentifikasi sumber-sumber utama atas informasi yang didapat konsumen dan bagaimana pengaruh sumber tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen selanjutnya.

Menurut Kotler dan Keller *dalam* Runianti (2015) sumber utama yang menjadi tempat konsumen untuk mendapatkan informasi dapat digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu:

- a) Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
- b) Sumber komersial : iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko
- c) Sumber publik : media masa, organisasi penentu peringkat konsumen.
- d) Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.

Pada dasarnya konsumen selalu mendapatkan informasi mengenai sebuah produk yang didominasi oleh suatu pemasar. Namun, informasi yang paling selektif yang diterima konsumen adalah informasi yang bersumber dari pribadi yang mampu menjalankan fungsi dan evaluasi sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.

3. Evaluasi alternatif

Dalam tahapan selanjutnya, setelah mengumpulkan informasi sebuah merek, konsumen akan melakukan evaluasi alternatif terhadap beberapa merek yang menghasilkan produk yang sama. Pada tahap ini ada tiga buah konsep dasar yang dapat membantu pemasar dalam memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen akan berusaha memenuhi kebutuhannya. Kedua, konsumen akan mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen akan

memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan dan untuk memuaskan kebutuhan itu.

4. Keputusan Pembelian

Tahap evaluasi merupakan kondisi dimana seorang konsumen mengembangkan keyakinan atas produk yang digunakannya, sehingga hal ini akan membantuk keinginan untuk melakukan pembelian. Pada tahapan keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama yang terdapat diantara niat pembelian dan keputusan pembelian yaitu:

- 1) Sikap orang lain, yaitu sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal. Pertama, intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai calon konsumen. Kedua, motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Semakin gencar sikap negatif orang lain dan semakin dekat orang lain tersebut dengan konsumen, maka konsumen akan semakin mengubah niat pembeliannya.
- 2) Faktor yang kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat mengurangi niat pembelian konsumen. Contohnya, konsumen mungkin akan kehilangan niat pembeliannya ketika ia kehilangan pekerjaannya atau adanya kebutuhan yang lebih mendesak pada saat yang tidak terduga sebelumnya. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dipikirkan.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan dapat merasakan apakah produk yang dibeli itu memuaskan atau tidak. Maka dari situlah konsumen akan mempertimbangkan apakah akan cukup sampai disitu saja dia berhubungan dengan merek yang telah dibeli (bila tidak puas) atau apakah akan melakukan pembelian ulang ketika dia membutuhkan produk yang sama.

1). Kepuasan pasca pembelian

Kepuasan dari konsumen merupakan fungsi untuk mengetahui seberapa dekat konsumen dengan produk yang dikonsumsinya. Jika produk yang digunakan lebih tinggi dari harapan maka hal ini yang akan memicu tumbuhnya rasa puas. Dengan adanya perasaan puas ini, maka konsumen akan menggunakan kembali produk yang sama.

2). Tindakan pasca pembelian

Kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika konsumen merasa puas ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka ia mungkin tidak akan membeli kembali merek tersebut. Selain perilaku pasca pembelian, dan tindakan pasca pembelian, pemasar juga harus memantau cara konsumen dalam memakai dan membuang produk tersebut. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi hal-hal yang dapat merugikan diri konsumen, dan lingkungan atas pemakaian yang salah, berlebihan atau kurang bertanggung jawab.

Jika konsumen merasa puas terhadap sebuah produk maka kemungkinan untuk membeli kembali sangat tinggi, sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas maka konsumen tersebut tidak akan membeli kembali produk tersebut.

2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian

Adapun beberapa tahap yang dilakukan oleh konsumen dalam proses pembelian, menurut Kotler dalam Wahyuni (2008:32), yaitu:

1. Pengenalan Masalah (Need recognition)

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan yang nyata dengan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh stimuli intern dan ekstern. Pemasaran perlu mengidentifikasi stimuli yang paling sering menimbulkan minat pada suatu kategori produk tertentu.

2. Pencarian Informasi (Search of information)

Ada dua tingkatan dalam proses pencarian informasi. Yang pertama, keadaan pencarian yang lebih ringan disebut perhatian yang memuncak. Di mana seseorang hanya bersikap lebih menarik terhadap informasi mengenai suatu produk tertentu. Yang kedua adalah pencari informasi aktif, dimana konsumen mencari bahan bacaan, menelpon teman dan ikut serta dalam kegiatan lain untuk mempelajari produk. Berapa pencarian yang dilakukan tergantung pada kekuatan dorongannya, jumlah informasi yang lebih dimiliki, kemudahan dalam memperoleh informasi tambahan dan kepuasan yang perlu dan pencarian. Levy & Weitz (2011:91) menambahkan bahwa

dengan memberikan informasi yang cukup dan jelas maka akan mendorong persepsi positif mengenai harga yang ditawarkan.

3. Evaluasi Alternatif (Alternative evaluation)

Konsumen memandang setiap produk sebagai rangkaian atribut dengan manfaat yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan tersebut. Konsumen kemudian sampai pada pendirian terhadap alternatif produk tertentu melalui suatu prosedur evaluasi.

4. Keputusan Pembelian (Purchase decision)

Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari suatu keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan. Pemasar harus memahami faktor-faktor yang menimbulkan rasa adanya resiko dalam diri konsumen dan memberikan informasi dan dukungan yang akan mengurangi resiko yang dirasakan.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan dapat merasakan apakah produk yang dibeli itu memuaskan atau tidak. Maka dari situlah konsumen akan mempertimbangkan apakah akan cukup sampai disitu saja dia berhubungan dengan merek yang telah dibeli (bila tidak puas) atau apakah akan melakukan pembelian ulang ketika dia membutuhkan produk yang sama.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler (2003:202) perilaku pembelian konsumen terdapat empat faktor yaitu sebagai berikut :

1. Faktor Budaya

Budaya, sub budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Anak-anak yang sedang tumbuh akan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Contohnya pada anak-anak yang dibesarkan di Amerika Serikat sangat berpengaruh dengan nilai-nilai sebagai berikut: prestasi, aktivitas, efisiensi, kemajuan, kenikmatan materi, individualisme, kebebasan, humanisme, dan berjiwa muda. Masing-masing subbudaya terdiri dari sejumlah sub budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras dan wilayah geografis. Pada dasarnya dalam sebuah tatanan kehidupan dalam bermasyarakat terdapat sebuah tingkatan (strata) sosial. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, perilaku dalam berbusana, cara bicara, rekreasi dan lain-lainya.

2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:

b. Kelompok Acuan

Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang. Adapun anggota kelompok ini biasanya merupakan anggota dari kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan secara langsung dan terus menerus dalam keadaan yang informal.

c. Keluarga

Dalam sebuah organisasi pembelian konsumen, keluarga dibedakan menjadi dua bagian. Pertama keluarga yang dikenal dengan istilah keluarga orientas. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki seseorang. Keluarga jenis ini biasa dikenal dengan keluarga prokreasi.

d. Peran dan Status

Hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah peran dan status mereka di dalam masyarakat. Semakin tinggi peran seseorang didalam sebuah organisasi maka akan semakin tinggi pula status mereka dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembeliannya. Contoh seorang direktur di sebuah perusahaan tentunya memiliki status yang lebih tinggi dibandingkan

dengan seorang supervisor, begitu pula dalam perilaku pembeliannya. Tentunya, seorang direktur perusahaan akan melakukan pembelian terhadap merek-merek yang berharga lebih mahal dibandingkan dengan merek lainnya.

3. Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep-diri pembeli.

a. Usia dan Siklus Hidup Keluarga

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.

b. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Contohnya, direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara, keanggotaan di klub khusus, dan membeli mobil mewah. Selain itu, biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan oleh keadaan ekonomi seseorang seperti besaran penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup dapat di artikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang

sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka kepada gaya hidup seseorang. Contohnya, perusahaan telepon seluler berbagai merek berlomba-lomba menjadikan produknya sesuai dengan berbagai gaya hidup remaja yang modern dan dinamis seperti munculnya telepon selular dengan fitur multimedia yang ditujukan untuk kalangan muda yang kegiatan tidak dapat lepas dari berbagai hal multimedia seperti aplikasi pemutar suara, video, kamera dan sebagainya. Atau kalangan bisnis yang menginginkan telepon selular yang dapat menunjang berbagai kegiatan bisnis mereka.

d. Kepribadian

Setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik kepribadian yang berbeda-beda yang dapat mempengaruhi aktivitas kegiatan pembeliannya. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan sebuah tanggapan relatif konsiten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi (Harold H kasarjian 1981:160). Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Hal ini disebabkan karena beberapa kalangan konsumen akan memilih merek yang cocok dengan kepribadiannya.

4. Psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya sebagai berikut:

a. Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa dari kebutuhan tersebut ada yang muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan rasa ketidaknyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan yang lainnya dapat bersifat psikogenesis; yaitu kebutuhan yang berasal dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok.

b. Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk segera melakukan tindakan. Bagaimana tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan sebuah gambaran.

c. Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Banyak ahli pemasaran yang yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan. Teori pembelajaran mengajarkan kepada para pemasar bahwa mereka dapat membangung permintaan atas suatu produk

dengan mengaitkan pada pendorongnya yang kuat, menggunakan isyarat yang memberikan motivasi, dan memberikan penguatan positif karena pada dasarnya konsumen akan melakukan generalisasi terhadap suatu merek.

d. **Keyakinan dan Sikap**

Melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Keyakinan dapat diartikan sebagai gambaran pemikiran seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan orang tentang produk atau merek akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Saat ini semua industri yang bergerak di bidang jasa harus memperhatikan segi pelayanan mereka. Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan. Hal ini akan semakin membuat semakin sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karenanya kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atau keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml:1998).

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono:2006). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Zeithaml:1998).

Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, yaitu perusahaan akan tetapi sudut pandang penilaian persepsi pelanggan. Dalam hal ini, konsumen adalah pihak yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan nilai menyeluruh atas keunggulan atau jasa (Tjiptono:2006).

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Adapun lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Tjiptono (2006) meliputi:

1. Kehandalan (reliability) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang disajikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Responsive (responsiveness) yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin.
3. Keyakinan (assurance) yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya diri konsumen terhadap perusahaan.
4. Empati (empathy) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
5. Berwujud (tangible) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi.

Aydin dan Ozer (2004) dalam Retansa (2009) menjelaskan pentingnya kualitas pelayanan untuk meningkatkan profitabilitas dan kesuksesan perusahaan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan keputusan pelanggan, kesempurnaan total atau superioritas pelayanan perusahaan. Untuk lebih memahami konsep kualitas pelayanan, adapun beberapa atribut yang harus kita mengerti terlebih dahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Pelayanan merupakan sesuatu yang tak terlihat (intangible).
2. Pelayanan merupakan sesuatu yang heterogen, artinya dalam pengukuran kinerja suatu jasa sering bervariasi, tergantung dari sisi penyedia jasa dan pelanggan.

3. Pelayanan tidak dapat ditempatkan dalam suatu kinerja waktu tertentu, sehingga penilaiannya dilakukan sepanjang waktu.

Dari atribut mengenai kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh satu orang dengan lainnya pasti berbeda, disesuaikan dengan perasaan psikis orang tersebut dalam merasakan pelayanan yang diberikan.

2.3 Fasilitas

2.3.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono:2001), Sedangkan menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel. Pada dasarnya fasilitas ini merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk tinggal

atau menginap di suatu hotel tertentu (Keputusan Menparpostel Nomor KM 37/PW. 340/MPRT-86)

2.3.2 Dimensi Fasilitas

Menurut Tjiptono (2001) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu :

1) Pertimbangan atau perencanaan parsial

Aspek-aspek seperti proposi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perancang ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain, seperti penempatan ruang pertemuan perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan.

3) Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.

4) Tata cahaya

Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

5) Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

Fasilitas–fasilitas dalam suatu hotel (Sulastiyono, 2006) adalah kamar tidur dengan segala perlengkapannya, restoran/caffe dengan pendukungnya, fasilitas tambahan (fasilitas olahraga atau hiburan), dan lain–lain. Dalam penelitian ini fasilitas yang dimaksud adalah fasilitas yang disediakan di Hotel Sronдол Indah Semarang, yaitu : kamar tidur, restoran, tempat parkir, fasilitas pendukung lainnya.

2.4 Lokasi

2.4.1 Pengertian Lokasi

Menurut Ratih Hurriyati (2015) menyatakan bahwa lokasi diartikan sebagai tempat pelayananan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Lupiyoadi (2001) menyatakan lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa tetap berkualitas.

3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung

Berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, ataupun surat. dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.

2.4.2 Dimensi Lokasi

Menurut Mischitelli (2000) elemen–elemen yang mempengaruhi pemilihan sebuah lokasi cafe adalah :

1. Place Adalah hal-hal yang berhubungan dengan letak maupun posisi.

Sebaiknya letak sebuah cafe dekat dengan pusat keramaian atau dekat dengan daerah yang padat penduduknya.

2. Parking

Restoran sebaiknya mempunyai tempat parkir sendiri atau menggunakan tempat parkir umum yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

3. Accesibility

Cafe seharusnya berada di jalan yang mudah untuk mencapainya, baik dengan kendaraan pribadi maupun dengan transportasi umum.

4. Visibility

Bangunan dari cafe tersebut sebaiknya mudah dilihat dan diketahui banyak orang.

5. Infrastructure

Bagian ini menyangkut keseluruhan bagian gedung dimana sebuah restoran beroperasi, misalnya : fasilitas umum, transportasi, dll.

2.5 Penelitian Terdahulu

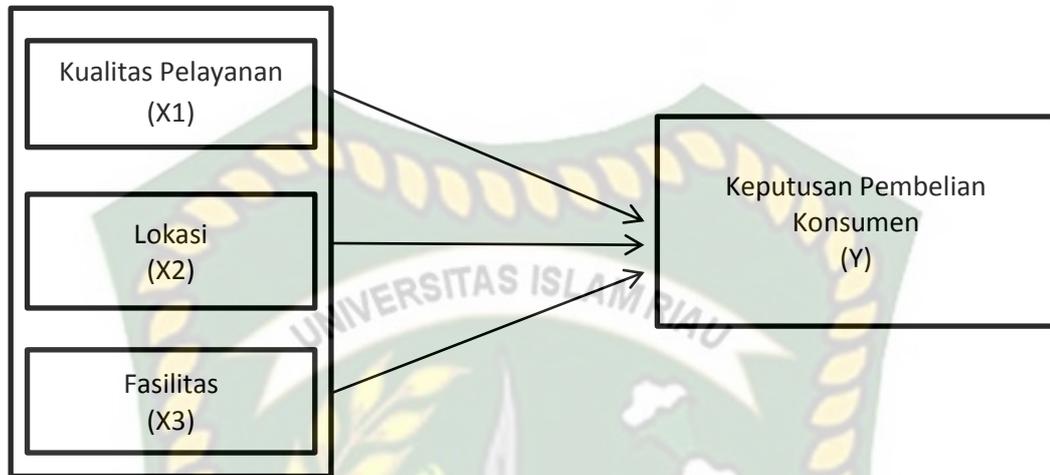
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini, Ni Putu Nita Anggraini (2016)	Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada pasar seni guwang sukawati)	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel lokasi, fasilitas, pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Aprillia Dewi Ratnasari (2017)	Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di djwi lanbistro coffe and resto surabaya	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
3	Anna Ukhti Rhamdani (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di astra honda motor (studi konsumen di dealer astra honda motor yogyakarta)	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel kualitas pelayanan dan word of mouth berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji dalam gambar sebagai berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



2.7 HIPOTESIS

Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang harus dikumpulkan. Hipotesis adalah suatu pertanyaan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

H2 : Fasilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan Pembelian.

H3 : Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi penelitian

Dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada akun pada Cafe Jeber Jl. Durian Pekanbaru.

3.2 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Kualitas Pelayanan (X1) (Tjiptono (2006))	1. Kehandalan (<i>reliability</i>)	1. Ketepatan 2. Terpercaya	Likert
	2. Responsive (<i>responsiveness</i>)	1. Keinginan untuk membantu konsumen 2. Memberikan pelayanan sebaik mungkin	Likert
	3. Keyakinan (<i>assurance</i>)	1. Kesopanan 2. Memiliki pengetahuan	Likert
	4. Empati (<i>Empathy</i>)	1. Memberikan perhatian 2. Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial	Likert
	5. Berwujud (<i>tangible</i>)	1. Tempat yang nyaman 2. Ruangan yang bersih dan rapi	Likert
Fasilitas (X2) (Tjiptono (2001))	1. Pertimbangan/ perencanaan parsial	1. Desain yang menarik 2. Penataan h bruangan	Likert
	2. Perancang ruang	1. Perlengkapan ruangan 2. Desain interior	Likert
	3. Perlengkapan/ perabotan	1. Tersedianya tempat duduk	Likert

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
		yang nyaman 2. Tersedianya Wifi	
	4. Tata cahaya	1. Penerangan 2. Tata cahaya	Likert
	5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	1. Petunjuk Arah 2. Papan informasi	Likert
Lokasi (X3) (Ratih Hurriyati (2001))	1. Place	1. Terletak dipinggir jalan 2. strategis	Likert
	2. parking	1. memiliki penjaga security 2. Parkir yang luas	Likert
	3. Accesibility	1. mudah di jangkau 2. kawasan padat penduduk	Likert
	4. visibility	1. bangunan mudah dilihat dan dapat di ketahui oleh banyak orang.	Likert
	5. infrastructure	1. dekat dengan kantor 2. dekat fasilitas umum	Likert
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler (2008))	1. Pengenalan Masalah	1. Kebutuhan Konsumen	Likert
	2. Pencarian Informasi	1. Sumber internal 2. Sumber eksternal	Likert
	3. Evaluasi Alternatif	1. Penilaian konsumen 2. Kepercayaan konsumen	Likert
	4. Keputusan Pembelian	1. Pembelian produk 2. Memberikan Rekomendasi	Likert
	5. Perilaku Pasca Pembelian	1. Konsumen Merasa Puas/Tidak. 2. Melakukan Pembelian Ulang	Likert

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Cafe Jeber Jl. Durian Di Pekanbaru yang belum diketahui berapa jumlahnya.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2005:72). Karena dalam penelitian ini belum diketahui pasti jumlah respondennya, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Sehingga di tetapkan 100 orang responden yang dijadikan sebagai sampel.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2012:137), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari perusahaan melalui wawancara dengan salah satu karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:137), data sekunder merupakan data yang sumbernya tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini, peneliti hanya sekedar mencatat, mengakses dan meminta data tersebut ke

pihak lain yang telah mengumpulkan data tersebut sebelumnya. Data sekunder yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pencarian di internet, membaca buku literatur, membaca jurnal dan penelitian lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi Langsung

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan data tanpa ada standar pertolongan alat lain untuk keperluan tersebut.

3.5.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2012:137), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Proses memperoleh keterangan untuk tujuan peneliti dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau koresponden dengan alat yang digunakan yang disebut interview guided (panduan wawancara).

3.5.3 Kuisisioner

Sugiyono (2012:142) berpendapat bahwa Kuisisioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.5.4 Studi Literatur/Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut sifatnya, data yang diperoleh dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Data Kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar.
2. Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

Data yang telah terkumpul kemudian diproses dan dianalisis. Analisis data dilakukan baik secara kuantitatif maupun kualitatif, analisis data secara kualitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan jawaban responden yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel-tabel, sedangkan analisis data secara kuantitatif dilakukan dengan menggunakan statistik.

Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pernyataan, berdasarkan skala ordinal. Untuk meyakinkan hipotesis yang telah disebutkan sebelumnya, maka alat bantu statistika yang dipakai menurut **Siegel** (1997:31) dapat disimpulkan sebagai berikut: “Korelasi rank spearman dengan menggunakan skor median dikarenakan pengukurannya menggunakan skala ordinal.”

Di dalam menganalisis data-data yang diperoleh pada penelitian ini diperlukan metode statistik yang relevan dengan data dan tujuan penelitian, adapun metode statistik yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

Dalam menggunakan kuisisioner, kebenaran responden dalam menjawab tiap pertanyaan merupakan hal penting, maka dilakukan pengujian dengan uji validitas dan uji reabilitas.

3.6.1 Uji Validitas

Pengujian validitas menurut **Simamora** (2004:172), adalah sebagai berikut: Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ke validan kesahihan suatu instrumen, suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur, dengan kata lain mampu memperoleh apa yang tepat dari variabel yang diteliti. Uji validitas digunakan untuk menghitung nilai korelasi (r) antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total. Uji signifikansi digunakan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali:2016).

3.6.2 Uji Reabilitas

Pengertian reliabilitas menurut **Simamora** (2004), “Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliable adalah kuesioner yang apabila diujicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.”

Untuk kuesioner yang mempunyai item banyak (*multi item questionnaire*) umumnya diukur melalui *Cronbach Alpha*. Pengukuran reliabilitas yang

digunakan oleh penulis adalah *One shot* atau pengukuran sekali saja yaitu pengukuran yang dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan skor total. SPSS memberi fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Kriteria Uji reliabilitas: Jika α (alpha) > 0,60 (artinya variabel dinyatakan reliabel).

3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sujarweni (2012) Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan alat ukur SPSS. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi di media sosial, citra merek terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Lokasi

X_3 = Fasilitas

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

e = epsilon (pengaruh faktor lain)

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menrangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amatlah terbatas. Nilai yang mendekati satu adalah variabel-variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel (Y) yang disebabkan oleh variabel (X) semakin rendah atau malah sebaliknya.

Untuk dapat penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat digunakan criteria sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 -0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

(Sumber: Sugiyono: 2016)

3.6.5 Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas maka di gunakan uji t dengan tingkat signifikan 5%. Dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai t hitung yaitu:

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima (berarti ada pengaruh).
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak (berarti tidak ada pengaruh).

2. Uji F

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen untuk mengambil keputusan apakah H_0 diterima atau ditolak dengan membandingkan F hitung dengan f tabel. Apabila nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali:2016).

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Café Jeber

Café Jeber Jalan Durian Pekanbaru resmi menjadi cafe sejak 17 Januari 2015 lalu.terletak di Jalan Durian, No. 43A, Pekanbaru. Buka setiap hari, mulai jam 11 pagi hingga 11 malam. Setiap hari, tempat ini selalu padat pengunjung. Pelanggan yang datang berasal dari berbagai kalangan, mulai dari anak sekolah, hingga pekerja dan keluarga. Jeber Cafe sendiri menyasar anak SMA hingga mahasiswa.

Di Pekanbaru, memang dengan mudah kita temui tempat nongkrong dengan beragam konsep. Akan tetapi ada yang berbeda dan membuat pelanggan setia terhadap Jeber Cafe. Tempat yang nyaman dan harga yang bersahabat di kantong pelajar membuat tempat ini selalu ramai dikunjungi. Terdiri dari dua ruangan, yakni ruangan smoking dan non smoking, membuat para pengunjung dapat memilih ruangan yang nyaman bagi mereka. Jeber Cafe selalu ramai oleh pelanggan setiap harinya. Sedangkan puncaknya saat weekend dan hari libur lainnya.

Jeber Cafe sendiri bermula dari boot Cappucino Cincau kecil-kecilan pada tahun 2010 yang lalu. Lokasinya di simpang Jalan Serayu, Sukajadi. Selama empat tahun berhasil bertahan dan terus berkembang, akhirnya Jeber café bertransformasi menjadi cafe yang lebih besar pada awal 2015.

Mengusung konsep sebagai tongkrongan anak muda, Jeber Cafe dipenuhi dengan mural atau lukisan-lukisan di dinding-dindingnya. Mural tersebut terdiri dari gambar-gambar dan tulisan-tulisan inspiratif. Beberapa hiasan tambahan membuat interior Jeber tampak semakin apik. Para pelanggan bisa berfoto dan melakukan selfie di beberapa spot bagus berlatar belakang tembok-tembok yang inspiratif. Ini menjadi salah satu daya tarik Jeber Cafe untuk menarik pelanggan. Untuk masalah harga, Harga yang ditawarkan cukup terbilang murah untuk menu cafe. Mulai dari Rp 7.000 – Rp 22.000 saja, anda sudah dapat menikmati menu makanan dan minuman di Jeber cafe. Disini juga bisa mengadakan acara perayaan bersama teman-teman anda di sini. Baik itu perayaan ulang tahun, anniversary atau perayaan lainnya. Di Jeber Cafe, meskipun tidak bisa melakukan privat party, anda tetap bisa merayakan momen bahagia anda bersama teman-teman.

Di sini, terdapat satu ruangan kecil yang agak terpisah berkapasitas hingga tujuh orang. Ruangan ini bisa digunakan sebagai tempat perayaan bersama teman-teman anda. Untuk anggota yang lebih banyak, anda bisa menggunakan ruangan umum bersama pengunjung yang lainnya. Menu di Jeber Cafe terkenal dengan namanya yang unik sehingga membuat penasaran tamu yang datang. Minuman di sini segar dan nikmat. Anda pun bisa makan berat atau pun sekedar camilan di sini. Di sini memang unggul dari minumannya. Para pelanggan yang datang rata-rata untuk menikmati racikan minuman yang segar dari Jeber Café.

Minuman di Jeber Cafe merupakan racikan sendiri dari hasil kreatifitas pemilik. Pemilik rajin bereksperimen untuk menemukan minuman baru untuk menu Jeber Café. Nama-nama dari minuman di sini pun aneh dan bikin penasaran,

seperti espocong, escetar, es wow, eswoles, dan sederet minuman lain dengan nama yang tak kalah aneh. Minuman-minuman ini dibuat dengan bahan yang biasa, tetapi dengan takaran dan racikan yang tepat, menjadi suguhan yang nikmat. Untuk mensiasati harga yang terjangkau, Selain minuman dengan basic susu, coklat dan cappucino, di Jeber Cafe ini juga terdapat suguhan es cream, banana split, waffle dan beberapa cemilan lainnya.

4.2 Struktur Organisasi Café

Berikut adalah struktur organisasi pada Café Jeber di Jalan Durian Pekanbaru adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber : Café Jeber Pekanbaru

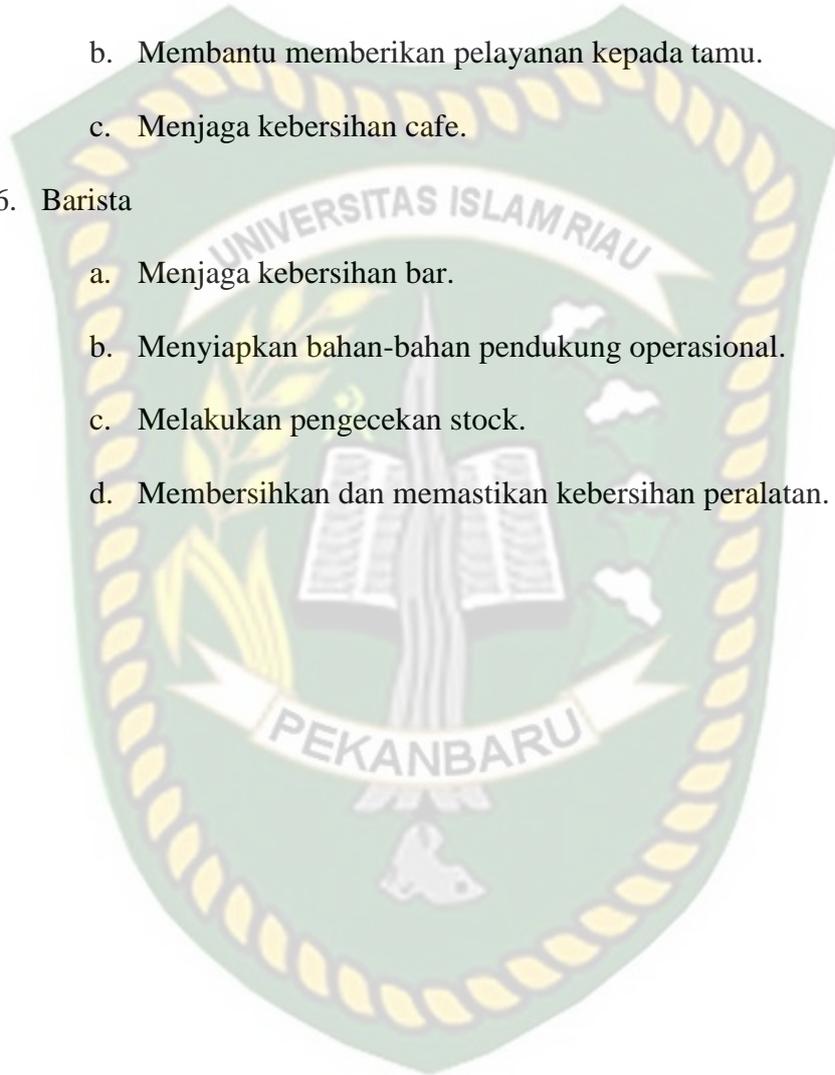
4.3 Deskripsi Tugas

Berikut ini rincian tugas di Café Jeber Jalan Durian Pekanbaru :

1. **Pemilik.** Pemilik adalah pemimpin disebuah perusahaan, dimana peranannya sebagai pemilik dan pendiri perusahaan tersebut. Tugas-tugasnya adalah :

- a. Merencanakan dan mengkoordinasi segala sesuatu yang berhubungan dengan operasional Café Jeber Jalan Durian Pekanbaru
 - b. Mengkoordinasi segala pemakaian yang dibutuhkan dalam operasional cafe.
 - c. Mengkoordinasi semua bawahan dalam melaksanakan tugas masing-masing.
 - d. Mengetahui segala pengeluaran dan pemasukan dari operasional cafe.
 - e. Bertanggungjawab atas kelangsungan cafe.
 - f. Mengetahui hasil dari operasional cafe.
2. Chef. Chef adalah juru masak yang memasak makanan. Tugas dari seorang chef adalah memasak makanan sesuai dengan pesanan.
 3. Server. Pelayan adalah sekelompok orang yang bertugas untuk melayani kebutuhan tamu. Tugas-tugas pelayan adalah
 - a. Melayani tamu secara profesional.
 - b. Memperhatikan kebutuhan tamu.
 - c. Mengetahui produk yang dijual.
 - d. Bertanggungjawab atas operasional cafe.
 4. Kasir
 - a. Melakukan transaksi pembayaran customer.
 - b. Membuat laporan pendapatan dan pengeluaran

5. Cleaner. Cleaner adalah sekelompok orang yang ditunjuk untuk membantu dalam operasional cafe. Tugas-tugas mereka antara lain :
 - a. Membantu pelayan.
 - b. Membantu memberikan pelayanan kepada tamu.
 - c. Menjaga kebersihan cafe.
6. Barista
 - a. Menjaga kebersihan bar.
 - b. Menyiapkan bahan-bahan pendukung operasional.
 - c. Melakukan pengecekan stock.
 - d. Membersihkan dan memastikan kebersihan peralatan.



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Café Jeber. Hasil penelitian ini terdiri dari karakteristik responden, uji kualitas instrument, analisis deskripsi variabel penelitian dan hasil uji hipotesis penelitian

5.1 Karakteristik Responden

Berikut adalah hasil dari karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, umur responden, pekerjaan dan Pendidikan terakhir. Adapun gambar mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	33	33
Laki-Laki	67	67
Total	100	100

Sumber Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dimana mayoritas sampel dalam penelitian ini berjenis laki-laki dengan jumlah 67 orang (67%). Hasil ini menjelaskan bahwa pengunjung Café Jeber lebih didominasi oleh pengunjung laki-laki karena Cafe Jeber menyediakan tempat yang nyaman untuk duduk santai dengan teman maupun keluarga.

Tabel 5.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase (%)
<20 Tahun	13	13
21 – 25 Tahun	42	42
26 – 30 Tahun	22	22
31 – 35 Tahun	12	12
>36 Tahun	11	11
Total	100	100

Sumber Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dimana mayoritas sampel dalam penelitian ini memiliki rentang usia 21 sampai 25 tahun dengan jumlah 42 orang (42%). Hasil ini menjelaskan bahwa rentang usia 21 sampai 25 tahun merupakan usia-usia yang lebih aktif untuk memperluas pergaulan sehingga lebih sering memilih tempat-tempat yang nyaman untuk bersantai di luar rumah.

Tabel 5.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Mahasiswa/Pelajar	39	39
Pekerjaan Swasta	32	32
PNS	11	11
TNI/Polri	8	8
Pengusaha	10	10
Total	100	100

Sumber Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dimana mayoritas sampel dalam penelitian ini memiliki latar belakang pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar dengan jumlah 39 orang (39%). Hasil ini menjelaskan bahwa latar belakang pekerjaan merupakan faktor yang mendorong seseorang untuk mencari tempat untuk bersantai dan mengerjakan sesuatu seperti mahasiswa/pelajar mencari tempat untuk belajar bahkan untuk bercerita sambil bertukar pikiran.

Tabel 5.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMA	29	29
Diploma	18	18
Sarjana	32	32
Magister	21	21
Total	100	100

Sumber Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dimana mayoritas sampel dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan sarjana dengan jumlah 32 orang (32%). Hasil ini menjelaskan bahwa kebanyakan pengunjung Café Jeber lebih banyak mahasiswa karena lokasi dan dukungan fasilitas yang membuat nyaman pengunjung yang datang.

5.2 Uji Kualitas Data Penelitian

Berikut adalah hasil pengujian kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 5.5
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	Item – 1	0.864	0.197	Valid
2		Item – 2	0.540	0.197	Valid
3		Item – 3	0.648	0.197	Valid
4		Item – 4	0.602	0.197	Valid
5		Item – 5	0.795	0.197	Valid
6		Item – 6	0.711	0.197	Valid
7		Item – 7	0.772	0.197	Valid
8		Item – 8	0.782	0.197	Valid
9		Item – 9	0.731	0.197	Valid
10		Item – 10	0.708	0.197	Valid

Sumber Data Olahan 2020

Tabel 5.6
Uji Validitas Variabel Fasilitas

No	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
11	Fasilitas	Item – 1	0.853	0.197	Valid
12		Item – 2	0.834	0.197	Valid
13		Item – 3	0.918	0.197	Valid
14		Item – 4	0.843	0.197	Valid
15		Item – 5	0.625	0.197	Valid
16		Item – 6	0.778	0.197	Valid
17		Item – 7	0.773	0.197	Valid
18		Item – 8	0.713	0.197	Valid
19		Item – 9	0.825	0.197	Valid
20		Item – 10	0.783	0.197	Valid

Tabel 5.7
Uji Validitas Variabel Lokasi

No	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
21	Lokasi	Item – 1	0.869	0.197	Valid
22		Item – 2	0.767	0.197	Valid
23		Item – 3	0.902	0.197	Valid
24		Item – 4	0.777	0.197	Valid
25		Item – 5	0.742	0.197	Valid
26		Item – 6	0.775	0.197	Valid
27		Item – 7	0.814	0.197	Valid
28		Item – 8	0.788	0.197	Valid
29		Item – 9	0.618	0.197	Valid

Tabel 5.8
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

30	Keputusan Pembelian	Item – 1	0.820	0.197	Valid
31		Item – 2	0.900	0.197	Valid
32		Item – 3	0.902	0.197	Valid
33		Item – 4	0.886	0.197	Valid
34		Item – 5	0.837	0.197	Valid
35		Item – 6	0.868	0.197	Valid
36		Item – 7	0.833	0.197	Valid
37		Item – 8	0.844	0.197	Valid
38		Item – 9	0.656	0.197	Valid

Berdasarkan tabel diatas dimana nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari r tabel (0,197) maka seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan sebagai data penelitian.

Tabel 5.9
Uji Relibilitas Data Penelitian

No	Variabel	Nilai Alpha	Cut Off	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,926	0,60	Reliabel
2	Fasilitas	0,951	0,60	Reliabel
3	Lokasi	0,942	0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,961	0,60	Reliabel

Sumber Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dimana nilai alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari nilai cut off sebesar 0,60, maka angket yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya.

5.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitians

Berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi penelitian sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat adalah sebagai berikut :

5.3.1 Kualitas Pelayanan

Hasil berikut menjelaskan mengenai tanggapan mengenai kualitas pelayanan pada masing – masing item sebagai berikut :

5.3.1.1 Karyawan di Cafe Jeber sudah tepat memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan

Memberikan pelayanan yang berkualitas dilakukan sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan, salah satunya mengenai waktu pelayanan. Waktu pelayanan yang baik dimana pelayanan dilakukan sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan oleh sebuah tempat usaha. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan di Cafe Jeber sudah tepat memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan :

Tabel 5.10
Karyawan di Cafe Jeber sudah tepat memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	34	34,0	170
2	Setuju	4	41	41,0	164
3	Cukup Setuju	3	13	13,0	39
4	Tidak Setuju	2	6	6,0	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	6	6,0	6
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					391

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 34 orang (34%) menjawab sangat setuju, 41 orang (41%) menjawab setuju, 13 orang (13%) menjawab cukup setuju, 6 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 6 orang (6%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 41 orang (41%), dengan adanya pelayanan yang tepat sesuai dengan waktu yang

ditetapkan dapat mempengaruhi minat konsumen didalam melakukan pembelian. Maka dari itu, pelayanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan dapat menjadi kunci didalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 6 orang (6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (6%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan karena menurut responden waktu pelayanan dari Café Jeber belum sesuai dengan harapan dari konsumen dan terkadang tutup lebih cepat.

5.3.1.2 Karyawan Cafe Jeber menawarkan produk makanan dan minuman dengan terpercaya

Selain waktu pelayanan, produk makanan dan minuman yang ditawarkan juga menjadi penentu kualitas dalam pelayanan. Seperti produk makanan dan minuman yang terpercaya dengan kualitas yang baik. Maka dengan adanya produk baik dari makan atau minuman yang berkualitas, hal ini yang pada akhirnya akan berdampak terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut adalah hasil tanggapa mengenai karyawan Cafe Jeber menawarkan produk makanan dan minuman dengan terpercaya

Tabel 5.11
Karyawan Cafe Jeber menawarkan produk makanan dan minuman
dengan terpercaya

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	16	16,0	80
2	Setuju	4	27	27,0	108
3	Cukup Setuju	3	30	30,0	90
4	Tidak Setuju	2	26	26,0	52
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,0	1
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					331

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 16 orang (16%) menjawab sangat setuju, 27 orang (27%) menjawab setuju, 30 orang (30%) menjawab cukup setuju, 26 orang (26%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab cukup setuju sebanyak 30 orang (30%), bahwa produk makanan dan minuman yang terpercaya merupakan salah satu nilai yang akan meningkatkan keputusan pembelian seorang konsumen. Dengan semakin baik produk makanan dan minuman yang ditawarkan maka hal ini yang akan mendorong konsumen dalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 26 orang (26%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 – 36 yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dan ada juga yang sebagai pengusaha, PNS, TNI / Polri dan karyawan swasta dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma, sarjana dan magister. Hal ini disebabkan karena produk makanan dan

mimuman tidak sesuai dengan ekpetasi yang diharapkan baik dari segi rasa maupun penampilan saat disajikan. Selain itu, kuantitas dari makanan dan minuman juga berbeda dari yang ditawarkan dalam buku menu.

5.3.1.3 Karyawan pada Cafe Jeber memiliki keinginan untuk membantu setiap kebutuhan konsumen

Seorang pelayan yang baik, adalah pelayanan yang memiliki keinginan yang tinggi untuk membantu setiap konsumen yang datang, dengan cara menyampaikan setiap informasi yang penting mengenai produk makanan dan minuman yang akan ditawarkan. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan pada Cafe Jeber memiliki keinginan untuk membantu setiap kebutuhan konsumen :

Tabel 5.12
Karyawan pada Cafe Jeber memiliki keinginan untuk membantu setiap kebutuhan konsumen

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	9	9,0	45
2	Setuju	4	37	37,0	148
3	Cukup Setuju	3	32	32,0	96
4	Tidak Setuju	2	14	14,0	28
5	Sangat Tidak Setuju	1	8	8,0	8
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					325

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 9 orang (9%) menjawab sangat setuju, 37 orang (37%) menjawab setuju, 32 orang (32%) menjawab cukup setuju, 14 orang (14%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 37 orang (37%), dalam memberikan pelayanan seorang karyawan harus memiliki keinginan membantu konsumen didalam memenuhi setiap kebutuhan yang diinginkan. Karena salah satu bentuk dari pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang mampu mementingkan kepentingan dari konsumennya dalam membantu memilih makanan atau minuman yang ditawarkan oleh karyawan kepada konsumen.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 14 orang (14%) dan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang (8%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan menurut konsumen, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Café Jeber masih kurang maksimal karena beberapa konsumen harus menunggu untuk mendapatkan pelayanan yang diharapkan.

5.3.1.4 Karyawan Cafe Jeber memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen

Kualitas pelayanan juga dapat diukur dengan cara bagaimana seorang karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik dan bagus kepada konsumennya. Karena pelayanan yang baik akan dapat mempengaruhi minat seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan Cafe Jeber memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen :

Tabel 5.13
Karyawan Cafe Jeber memberikan pelayanan yang terbaik
kepada setiap konsumen

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	18	18,0	90
2	Setuju	4	40	40,0	160
3	Cukup Setuju	3	24	24,0	72
4	Tidak Setuju	2	13	13,0	26
5	Sangat Tidak Setuju	1	5	5,0	5
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					353

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 18 orang (18%) menjawab sangat setuju, 40 orang (40%) menjawab setuju, 24 orang (24%) menjawab cukup setuju, 13 orang (13%) menjawab tidak setuju dan 5 orang (5%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 40 orang (40%), kualitas pelayanan yang baik dapat sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelayanan yang diberikan oleh seorang karyawan terhadap konsumen. Dengan adanya pelayanan yang baik dari karyawan dalam melayani konsumen, diharapkan dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan pilihan dari makanan dan minuman yang akan dinikmati.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 13 orang (13%) dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan menurut konsumen karyawan dari Café

Jeber belum memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik kepada konsumen yang datang seperti pelayanan yang lambat, menu yang lama dan kurangnya apresiasi karyawan terhadap konsumen.

5.3.1.5 Karyawan Cafe Jeber bersikap sopan pada saat melayani konsumen yang datang

Dalam memberikan pelayanan, sikap seorang karyawan juga menjadi kunci didalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Karena dengan adanya sikap yang sopan dalam memberikan pelayanan, akan membuat konsumen merasa dihargai sehingga hal ini akan menumbuhkan minat konsumen untuk melakukan pembelian ditempat yang sama secara berulang – ulang. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan Cafe Jeber bersikap sopan pada saat melayani konsumen yang datang :

Tabel 5.14
Karyawan Cafe Jeber bersikap sopan pada saat melayani konsumen yang datang

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	30	30,0	150
2	Setuju	4	41	41,0	164
3	Cukup Setuju	3	18	18,0	54
4	Tidak Setuju	2	3	3,0	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	8	8,0	8
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					382

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 30 orang (30%) menjawab sangat setuju, 41 orang (41%)

menjawab setuju, 18 orang (18%) menjawab cukup setuju, 3 orang (3%) menjawab tidak setuju dan 8 orang (8%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 41 orang (41%), sikap sopan santun yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen merupakan suatu bentuk dari kualitas pelayanan. Sikap sopan santun dari karyawan yang melayani dapat menumbuhkan rasa nyaman bagi konsumen, karena konsumen merasa dihargai pada saat datang dan mendapatkan pelayanan yang baik.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 3 orang (3%) dan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang (8%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan diploma dan sarjana. Hal ini disebabkan karena menurut beberapa responden sopan santun dalam memberikan pelayanan merupakan salah satu bentuk dari kualitas dalam memberikan kepuasan kepada konsumen yang datang. Maka kesopnan karyawan harus selalu ditingkatkan dalam memberikan pelayanan.

5.3.1.6 Karyawan Cafe Jeber memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen

Pengetahuan yang tinggi dari seorang karyawan dalam melayani konsumen juga faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini disebabkan karena sebelum menentukan pilihan, seorang

konsumen akan mencari informasinya terlebih dahulu. Maka dengan adanya pengetahuan yang tinggi, seorang karyawan mampu menjelaskan setiap informasi yang diminta konsumen terutama mengenai produk makanan dan minuman. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan Cafe Jeber memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen :

Tabel 5.15
Karyawan Cafe Jeber memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen

No	Kategori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	28	28,0	140
2	Setuju	4	33	33,0	132
3	Cukup Setuju	3	24	24,0	72
4	Tidak Setuju	2	10	10,0	20
5	Sangat Tidak Setuju	1	5	5,0	5
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					369

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 28 orang (28%) menjawab sangat setuju, 33 orang (33%) menjawab setuju, 24 orang (24%) menjawab cukup setuju, 10 orang (10%) menjawab tidak setuju dan 5 orang (5%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 33 orang (33%),, seorang karyawan harus memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap produk – produk yang ditawarkan kepada konsumen yang memberikan pelayanan dan mampu menjelaskan setiap produk dengan baik sehingga hal ini akan membantu seorang konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibelinya.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 10 orang (10%) dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dan karyawan swasta dengan latar belakang pendidikan SMA dan sarjana. Hal ini disebabkan karena dalam memberikan pelayanan, seorang karyawan harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai produk makanan dan minuman yang ditawarkan, sehingga hal ini dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih makanan atau minuman yang akan dikonsumsinya.

5.3.1.7 Karyawan Cafe Jeber memberikan perhatian kepada setiap konsumen yang datang

Dalam memberikan pelayanan, perhatian menjadi kunci utama untuk melayani konsumen yang datang. Perhatian sangat penting didalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, maka dari itu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang mengutamakan kepentingan konsumen. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan Cafe Jeber memberikan perhatian kepada setiap konsumen yang datang :

Tabel 5.16
Karyawan Cafe Jeber memberikan perhatian kepada setiap
konsumen yang datang

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	30	30,0	150
2	Setuju	4	37	37,0	148
3	Cukup Setuju	3	26	26,0	78
4	Tidak Setuju	2	2	2,0	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5	5,0	5
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					385

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan dari 100 orang responden sebanyak 30 orang (30%) menjawab sangat setuju, 37 orang (37%) menjawab setuju, 26 orang (26%) menjawab cukup setuju, 2 orang (2%) menjawab tidak setuju dan 5 orang (5%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 37 orang (37%), dengan adanya perhatian yang diberikan seorang karyawan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk pelayanan yang berkualitas. Karena karyawan selalu mengutamakan kepentingan konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 2 orang (2%) dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan perhatian karyawan dalam melayani konsumen merupakan kunci dalam meningkatkan kualitas dari pelayanan yang

ditawarkan, sehingga hal ini dapat memberikan kepuasan yang akan meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian ulang pada Café Jeber.

5.3.1.8 Karyawan Cafe Jeber melayani konsumen tanpa memandang status social

Kualitas pelayanan yang baik, dimana karyawan tidak memandang status sosial konsumen. Karena pelayanan yang baik, adalah pelayanan yang menganggap semua konsumen itu sama dan tidak ada bedanya. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan Cafe Jeber melayani konsumen tanpa memandang status sosial :

Tabel 5.17
Karyawan Cafe Jeber melayani konsumen tanpa memandang status sosial

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	27	27,0	135
2	Setuju	4	35	35,0	140
3	Cukup Setuju	3	24	24,0	72
4	Tidak Setuju	2	13	13,0	26
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,0	1
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					374

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 27 orang (27%) menjawab sangat setuju, 35 orang (35%) menjawab setuju, 24 orang (24%) menjawab cukup setuju, 13 orang (13%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 35 orang (35%), dalam memberikan pelayanan seorang karyawan tidak boleh

memandang status sosial dari konsumen. Karena pada suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang mengutamakan kepentingannya tanpa membedakan antara konsumen satu dengan konsumen lainnya dan menganggap semua konsumen berhak menerima pelayanan yang sama.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 13 orang (13%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 30 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa ada juga karyawan swasta dan dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan menurut konsumen pelayanan yang baik kepada konsumen, dimana seorang karyawan tidak memandang konsumen dari status sosialnya dimasyarakat.

5.3.1.9 Karyawan Cafe Jeber menyediakan tempat yang nyaman kepada konsumen

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan tempat juga dapat menjadi faktor yang dapat meningkatkan kualitas dari pelayanan. Maka kenyamanan tempat menjadi kunci yang penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan Cafe Jeber menyediakan tempat yang nyaman kepada konsumen :

Tabel 5.18

Karyawan Cafe Jeber menyediakan tempat yang nyaman kepada konsumen

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	22	22,0	110
2	Setuju	4	44	44,0	176
3	Cukup Setuju	3	23	23,0	69
4	Tidak Setuju	2	9	9,0	18
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					375

Sumber Data Olahan

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 22 orang (22%) menjawab sangat setuju, 44 orang (44%) menjawab setuju, 23 orang (23%) menjawab cukup setuju, 9 orang (9%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 44 orang (44%), kaulitas dari pelayanan yang baik menjadi kunci utama dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu kualitas pelayanan adalah menyediakan tempat yang nyaman kepada konsumen, dengan adanya tempat yang nyaman akan membuat konsumen merasa senang didalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 9 orang (9%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan juga dapat

dinilai dari bagaimana tempat yang disediakan harus dalam keadaan nyaman sehingga hal ini dapat mempengaruhi rasa puas konsumen atas pelayanan yang diterimanya.

5.3.1.10 Karyawan Cafe Jeber menjaga ruangan agar tetap bersih dan rapi

Kenyamanan ruangan adalah kunci dalam meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Maka kenyamanan ruangan, seperti kebersihan dan kerapian ruangan harus selalu diperhatikan dengan baik. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai karyawan Cafe Jeber menyediakan tempat yang nyaman kepada konsumen :

Tabel 5.19
Karyawan Cafe Jeber menjaga ruangan agar tetap bersih dan rapi

No	Kategori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	30	30,0	150
2	Setuju	4	35	35,0	140
3	Cukup Setuju	3	26	26,0	78
4	Tidak Setuju	2	5	5,0	10
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					382

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 30 orang (30%) menjawab sangat setuju, 35 orang (35%) menjawab setuju, 26 orang (26%) menjawab cukup setuju, 5 orang (5%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab setuju sebanyak 35 orang (35%), kualitas pelayanan sangat penting didalam mempengaruhi keputusan

konsumen dalam melakukan pembelian. Salah satu kualitas pelayanan adalah kebersihan dari ruangan, dengan ruangan yang bersih dapat menimbulkan kenyamanan sehingga hal ini akan mempengaruhi seorang konsumen didalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 5 orang (5%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan kebersihan dan kerapian ruangan dapat memberikan rasa nyaman bagi konsumen yang datang untuk menikmati makan atau minuman yang ditawarkan pada Café Jeber, maka penting bagi sebuah Café untuk selalu memperhatikan kondisi kebersihan dan kerapian ruangan dalam hal memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Berikut adalah hasil rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan pada Café Jeber adalah sebagai berikut :

Tabel 5.20
Rekapitulasi Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan		Klasifikasi Jawaban					Jumlah
			SS	S	CS	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
1	Karyawan di Cafe Jeber sudah tepat memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan	Frek	34	41	13	6	6	100
		Skor	170	45	39	12	6	272
2	Karyawan Cafe Jeber menawarkan produk makanan dan minuman dengan terpercaya	Frek	16	27	30	26	1	100
		Skor	80	31	90	52	1	254

No	Pernyataan		Klasifikasi Jawaban					Jumlah
			SS	S	CS	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
3	Karyawan pada Cafe Jeber memiliki keinginan untuk membantu setiap kebutuhan konsumen	Frek	9	37	32	14	8	100
		Skor	45	41	96	28	8	218
4	Karyawan Cafe Jeber memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen	Frek	18	40	24	13	5	100
		Skor	90	44	72	26	5	237
5	Karyawan Cafe Jeber bersikap sopan pada saat melayani konsumen yang datang	Frek	30	41	18	3	8	100
		Skor	150	45	54	6	8	263
6	Karyawan Cafe Jeber memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen	Frek	28	33	24	10	5	100
		Skor	140	37	72	20	5	274
7	Karyawan Cafe Jeber memberikan perhatian kepada setiap konsumen yang datang	Frek	30	37	26	2	5	100
		Skor	150	41	78	4	5	278
8	Karyawan Cafe Jeber melayani konsumen tanpa memandang status sosial	Frek	27	35	24	13	1	100
		Skor	135	39	72	26	1	273
9	Karyawan Cafe Jeber menyediakan tempat yang nyaman kepada konsumen	Frek	22	44	23	9	2	100
		Skor	110	48	69	18	2	247
10	Karyawan Cafe Jeber menjaga ruangan agar tetap bersih dan rapi	Frek	30	35	26	5	4	100
		Skor	150	39	78	10	4	281
Jumlah			244	370	240	101	45	1000
Persentase (%)			24,4	37	24	10,1	5	100
Total Skor			1.220	1.480	720	202	45	3.667

Sumber Data Olahan 2020

Nilai maksimal $\Rightarrow 5 \times 10 \times 100 = 5.000$

Nilai minimal $\Rightarrow 1 \times 10 \times 100 = 1.000$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{5.000 - 1.000}{5} = 800$$

Berikut adalah interval penilaian mengenai variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Sangat Baik = 4.200 – 5.000

Baik = 3.400 – 4.200

Cukup Baik = 2.600 – 3.400

Kurang Baik = 1.800 – 2.600

Tidak Baik = 1.000 – 1.800

Hasil rekapitulasi mengenai kualitas pelayanan memperoleh total skor sebesar 3.667 berada dalam interval 3.400 – 4.200, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan di Café Jeber dalam katagori baik didalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik seperti kehandalan karyawan dalam melayani, ada respon yang baik dari karyawan, keyakinan konsumen akan produk makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, serta adanya empati karyawan dalam melayani dan dukungan fasilitas yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Adapun skor indikator yang tertinggi adalah karyawan Cafe Jeber menjaga ruangan agar tetap bersih dan rapi. Ruangan yang rapi dan bersih dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen sehingga konsumen dapat menikmati menu makanan dan minuman yang ditawarkan. Sedangkan skor indikator terendah adalah karyawan pada Cafe Jeber memiliki keinginan untuk membantu setiap kebutuhan konsumen, hal ini seperti karyawan terkesan lambat dalam

merespon kebutuhan konsumen sehingga membuat konsumen harus menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan dalam memesan menu makanan dan minuman yang diinginkan.

5.3.2 Fasilitas

Hasil berikut menjelaskan mengenai tanggapan mengenai fasilitas pada masing – masing item sebagai berikut :

5.3.2.1 Desain ruangan Cafe Jeber mampu menarik konsumen

Desain ruangan yang menarik juga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Karena desain ruangan yang menarik dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai desain ruangan Cafe Jeber mampu menarik konsumen :

Tabel 5.21
Desain ruangan Cafe Jeber mampu menarik konsumen

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	48	48,0	240
2	Setuju	4	23	23,0	92
3	Cukup Setuju	3	19	19,0	57
4	Tidak Setuju	2	6	6,0	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					405

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 48 orang (48%) menjawab sangat setuju, 23 orang (23%)

menjawab setuju, 19 orang (19%) menjawab cukup setuju, 6 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang (48%), ruangan Café Jeber memiliki desain yang unik sehingga mampu menarik konsumen datang untuk melakukan pembelian makanan atau minuman. Selain itu, desain ruangan yang menarik juga mampu memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam menikmati makanan dan minuman.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 6 orang (6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan menurut konsumen desain ruangan masih kurang menarik dan terkesan padat dengan ornament – ornament yang bertebaran. Kondisi desain yang kurang menarik ini akan berdampak terhadap kenyamanan yang akan dirasakan.

5.3.2.2 Ruang Cafe Jeber sudah ditata dengan baik untuk menarik konsumen yang datang

Penataan ruangan yang baik juga akan memberikan kenyamanan kepada konsumen, sehingga dengan kenyamanan yang baik dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian secara berulang – ulang. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai ruang Cafe Jeber sudah ditata dengan baik untuk menarik konsumen yang datang :

Tabel 5.22
Ruang Cafe Jeber sudah ditata dengan baik untuk menarik
konsumen yang datang

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	44	44,0	220
2	Setuju	4	26	26,0	104
3	Cukup Setuju	3	20	20,0	60
4	Tidak Setuju	2	8	8,0	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					402

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 44 orang (44%) menjawab sangat setuju, 26 orang (26%) menjawab setuju, 20 orang (20%) menjawab cukup setuju, 8 (8%) orang menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas konsumen menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang (44%) karena dengan adanya penataan ruangan yang baik dan rapi dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen yang datang berkunjung. Karena kenyamanan suatu tempat akan sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 8 orang (8%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 30 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dan adanya yang berstatus karyawan swasta dengan latar belakang pendidikan SMA dan sarjana. Hal ini disebabkan, menurut konsumen ruangan dari Café Jeber memiliki desain yang

kurang ditata dengan rapi sehingga berdampak terhadap ruang gerak yang pada akhirnya akan mengganggu kenyamanan dari ruangan yang ditawarkan kepada konsumen yang datang.

5.3.2.3 Perlengkapan ruangan di Cafe Jeber sudah tersusun dengan rapi

Kerapian dari ruangan juga dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian. Karena kerapian dari perlengkapan dapat memberikan suasana yang baik. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai perlengkapan ruangan di Cafe Jeber sudah tersusun dengan rapi :

Tabel 5.23
Perlengkapan ruangan di Cafe Jeber sudah tersusun dengan rapi

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	46	46,0	230
2	Setuju	4	29	29,0	116
3	Cukup Setuju	3	16	16,0	48
4	Tidak Setuju	2	3	3,0	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	6	6,0	6
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					406

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 46 orang (46%) menjawab sangat setuju, 29 orang (29%) menjawab setuju, 16 orang (16%) menjawab cukup setuju, 3 orang (3%) menjawab tidak setuju dan 6 orang (6%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 46 orang (46%), kerapian dari ruangan membuat suasana menjadi nyaman, salah satunya adalah penataan ruangan seperti desain ruangan, tata letak

perlengkapan dan adanya ornamen yang tersusun dengan rapi dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk datang dan melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 3 orang (3%) dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (6%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan karena menurut konsumen penataan perlengkapan masih terbilang belum rapi seperti penataan meja yang kurang memberikan ruang gerak baik kepada konsumen maupun kepada karyawan yang melayani. Penataan yang kurang rapi dapat berdampak terhadap kurangnya kenyamanan dari ruangan.

5.3.2.4 Desain ruangan di Cafe Jeber sudah sesuai dengan perkembangan zaman

Desain ruangan yang menarik dapat memberikan kenyamanan ruangan yang akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Desain ruangan yang menarik seperti desain yang sesuai dan mengikuti perkembangan zaman. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai desain ruangan di Cafe Jeber sudah sesuai dengan perkembangan zaman :

Tabel 5.24
Desain ruangan di Cafe Jeber sudah sesuai dengan perkembangan zaman

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	47	47,0	235
2	Setuju	4	35	35,0	140
3	Cukup Setuju	3	10	10,0	30
4	Tidak Setuju	2	6	6,0	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					419

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 47 orang (47%) menjawab sangat setuju, 35 orang (35%) menjawab setuju, 10 orang (10%) menjawab cukup setuju, 6 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 47 orang (47%) dimana desain dari ruangan Café Jeber mengikuti perkembangan zaman dengan menambahkan ornamen yang menarik sehingga menambah kenyamanan dari ruangan sehingga hal ini diharapkan mampu mempengaruhi minat konsumen didalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 6 orang (6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan menurut beberapa konsumen desain masih

belum mengikuti perkembangan zaman, terlihat dari penataan ornament yang kurang rapi sehingga dapat merusak kenyamanan ruangan.

5.3.2.5 Cafe Jeber menyediakan tempat duduk yang nyaman kepada konsumen

Kenyamanan tempat duduk juga dapat menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk makanan dan minuman. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai Cafe Jeber menyediakan tempat duduk yang nyaman kepada konsumen :

Tabel 5.25
Cafe Jeber menyediakan tempat duduk yang nyaman kepada konsumen

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	48	48,0	240
2	Setuju	4	32	32,0	128
3	Cukup Setuju	3	14	14,0	42
4	Tidak Setuju	2	4	4,0	8
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					420

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 48 orang (48%) menjawab sangat setuju, 32 orang (32%) menjawab setuju, 14 orang (14%) menjawab cukup setuju, 4 orang (4%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 48 orang (48%) karena menurut konsumen kenyamanan merupakan hal yang utama sebelum melakukan pembelian, salah satunya adalah

kenyamanan dari tempat duduk seperti tata letak yang tidak saling berdempetan yang dapat mengurangi kenyamanan saat melakukan kunjungan.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 4 orang (4%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan penataan dari meja dan kursi yang terlalu dekat menyebabkan kurangnya kenyamanan saat duduk, hal ini harus menjadi perhatian bagi pemilik Café dalam memberikan kenyamanan kepada konsumen.

5.3.2.6 Cafe Jeber menyediakan wifi untuk menarik konsumen yang datang

Fasilitas pendukung juga dapat menjadi daya tarik tersendiri dari bagi konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Dengan adanya fasilitas pendukung seperti tersedia wifi diharapkan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. berikut adalah hasil tanggapan mengenai Cafe Jeber menyediakan wifi untuk menarik konsumen yang datang :

Tabel 5.26
Cafe Jeber menyediakan wifi untuk menarik konsumen yang datang

No	Kategori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	19	19,0	95
2	Setuju	4	33	33,0	132
3	Cukup Setuju	3	18	18,0	54
4	Tidak Setuju	2	18	18,0	36
5	Sangat Tidak Setuju	1	12	12,0	12
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					329

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 19 orang (19%) menjawab sangat setuju, 33 orang (33%) menjawab setuju, 18 orang (18%) menjawab cukup setuju, 18 orang (18%) menjawab tidak setuju dan 12 orang (12%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 33 orang (33%), karena adanya fasilitas pendukung seperti tersedianya wifi merupakan faktor yang dapat menarik konsumen untuk datang dan melakukan keputusan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 18 orang (18%) dan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (12%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 30 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, karyawan swasta dan SMA, Diploma, Sarjana dan magister. Menurut konsumen, fasilitas wifi merupakan salah satu daya tarik untuk dapat menarik konsumen datang. Dukungan Wifi yang lambat dapat berdampak kurangnya dukungan fasilitas yang dapat mempengaruhi minat konsumen datang dan melakukan pembelian.

5.3.2.7 Penerangan pada Cafe Jeber sudah baik dan bersih

Penerangan ruangan yang baik dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen yang datang berkunjung. Maka dari itu, penerangan ruangan merupakan suatu bentuk daya tarik yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut adalah hasil penelitian mengenai penerangan pada Cafe Jeber sudah baik dan bersih :

Tabel 5.27
Penerangan pada Cafe Jeber sudah baik dan bersih

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	21	21,0	105
2	Setuju	4	25	25,0	100
3	Cukup Setuju	3	21	21,0	63
4	Tidak Setuju	2	25	25,0	50
5	Sangat Tidak Setuju	1	8	8,0	8
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					326

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 21 orang (21%) menjawab sangat setuju, 25 orang (25%) menjawab setuju, 21 orang (21%) menjawab cukup setuju, 25 orang (25%) menjawab tidak setuju dan 8 orang (8%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju dan cukup setuju sebanyak 25 orang (25%), karena penerangan yang baik merupakan salah satu bentuk fasilitas pendukung yang dapat menarik konsumen. Karena penerangan yang baik dapat mendukung kenyamanan ruangan pada Café Jeber sehingga hal ini akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 25 orang (25%) dan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang (8%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 30 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dan pekerja swasta dengan latar

belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan karena di beberapa sudut ruangan pencahayaan masih terbilang kurang sehingga terdapat sisi yang gelap.

5.3.2.8 Tata cahaya di Cafe Jeber tidak mengganggu konsumen yang datang

Penerangan yang baik dimana terdapat penataan cahaya yang bagus sehingga penerangan ruangan tidak mengganggu konsumen yang pada akhirnya hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai tata cahaya di Cafe Jeber tidak mengganggu konsumen yang datang :

Tabel 5.28
Tata cahaya di Cafe Jeber tidak mengganggu konsumen yang datang

No	Kategori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	51	51,0	255
2	Setuju	4	37	37,0	148
3	Cukup Setuju	3	8	8,0	24
4	Tidak Setuju	2	2	2,0	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					433

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 51 orang (51%) menjawab sangat setuju, 37 orang (37%) menjawab setuju, 8 orang (8%) menjawab cukup setuju, 2 orang (2%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 51 orang (51%), karena penataan cahaya yang baik dapat mendukung desain dari ruangan, semakin baik penataan cahaya maka hal ini dapat

memberikan suasana ruangan menjadi lebih menarik. Karena penataan cahaya yang baik dapat membentuk suasana ruangan menjadi nyaman.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 2 orang (2%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan pada dasarnya penataan cahaya dapat menjadi permasalahan yang pada akhirnya akan berdampak terhadap konsumen yang malas untuk kembali melakukan pembelian.

5.3.2.9 Cafe Jeber menyediakan petunjuk ruangan

Petunjuk ruangan yang disediakan oleh manajemen dimanfaatkan untuk memberikan kemudahan bagi para konsumen yang datang, seperti petunjuk ruangan mushalla, ruangan VIP dan toilet. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai Cafe Jeber menyediakan petunjuk ruangan :

Tabel 5.29
Cafe Jeber menyediakan petunjuk ruangan

No	Kategori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	64	64,0	320
2	Setuju	4	22	22,0	88
3	Cukup Setuju	3	6	6,0	18
4	Tidak Setuju	2	6	6,0	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					440

Sumber Data Olahan

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 64 orang (64%) menjawab sangat setuju, 22 orang (22%) menjawab setuju, 6 orang (6%) menjawab cukup setuju, 6 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 64 orang (64%), karena petunjuk ruangan dapat memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menentukan ruangan. Seperti petunjuk ke arah mushalla, ruang VIP dan toilet.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 6 orang (6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan petunjuk ruangan harusnya diletakkan ditempat yang terlihat sehingga tidak membuat bingung pengunjung yang datang.

5.3.2.10 Cafe Jeber menyediakan papan putih yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang diharapkan

Ketersediaan papan informasi juga merupakan fasilitas pendukung didalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada kepada konsumen. Dengan adanya papan informasi, dapat dimanfaatkan sebagai media yang dapat memberitahukan mengenai keadaan yang terjadi. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai Cafe Jeber menyediakan papan putih yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang diharapkan :

Tabel 5.30
Cafe Jeber menyediakan papan putih yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang diharapkan

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	18	18,0	90
2	Setuju	4	22	22,0	88
3	Cukup Setuju	3	32	32,0	96
4	Tidak Setuju	2	21	21,0	42
5	Sangat Tidak Setuju	1	7	7,0	7
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					323

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 18 orang (18%) menjawab sangat setuju, 22 orang (22%) menjawab setuju, 32 orang (32%) menjawab cukup setuju, 21 orang (21%) menjawab tidak setuju dan 7 orang (7%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab cukup setuju sebanyak 32 orang (32%), penyediaan papan informasi merupakan salah satu bentuk fasilitas yang disediakan oleh Café Jeber, karena hal ini merupakan salah satu cara dalam memberitahu setiap informasi kepada konsumen seperti menu makanan yang habis atau tidak lagi dijual.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 21 orang (21%) dan sangat tidak setuju sebanyak 7 orang (7%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 35 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dan pekerja swasta serta pengusaha dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan menurut konsumen dalam menyampaikan informasi tidak harus menggunakan papan putih,

tetapi juga bisa disampaikan oleh karyawan pada saat melakukan pelayanan kepada konsumen dengan memberikan penjelasan mengenai setiap informasi baik makanan dan minuman habis maupun promo dari makanan atau minuman yang ditawarkan.

Berikut adalah hasil rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai fasilitas yang diberikan pada Café Jeber adalah sebagai berikut :

Tabel 5.31
Rekapitulasi Tanggapan Variabel Fasilitas

No	Pernyataan		Klasifikasi Jawaban					Jumlah
			SS	S	CS	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
1	Desain ruangan Cafe Jeber mampu menarik konsumen	Frek	48	23	19	6	4	100
		Skor	240	27	57	12	4	340
2	Ruangan Cafe Jeber sudah ditata dengan baik untuk menarik konsumen yang datang	Frek	44	26	20	8	2	100
		Skor	220	30	60	16	2	328
3	Perlengkapan ruangan di Cafe Jeber sudah tersusun dengan rapi	Frek	46	29	16	3	6	100
		Skor	230	33	48	6	6	323
4	Desain ruangan di Cafe Jeber sudah sesuai dengan perkembangan zaman	Frek	47	35	10	6	2	100
		Skor	235	39	30	12	2	318
5	Cafe Jeber menyediakan tempat duduk yang nyaman kepada konsumen	Frek	48	32	14	4	2	100
		Skor	240	36	42	8	2	328
6	Cafe Jeber menyediakan wifi untuk menarik konsumen yang datang	Frek	19	33	18	18	12	100
		Skor	95	37	54	36	12	234
7	Penerangan pada Cafe Jeber sudah baik dan bersih	Frek	21	25	21	25	8	100
		Skor	105	29	63	50	8	255
8	Tata cahaya di Cafe Jeber tidak mengganggu konsumen yang datang	Frek	51	37	8	2	2	100
		Skor	255	41	24	4	2	326

No	Pernyataan		Klasifikasi Jawaban					Jumlah
			SS	S	CS	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
9	Cafe Jeber menyediakan petunjuk ruangan	Frek	64	22	6	6	2	100
		Skor	320	26	18	12	2	378
10	Cafe Jeber menyediakan papan putih yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang diharapkan	Frek	18	22	32	21	7	100
		Skor	90	26	96	42	7	261
Jumlah			406	284	164	99	47	1000
Persentase (%)			41	28	16	10	5	100
Totak Skor			2.030	1.136	492	198	47	3.903

Sumber Data Olahan 2020

Nilai maksimal $\Rightarrow 5 \times 10 \times 100 = 5.000$

Nilai minimal $\Rightarrow 1 \times 10 \times 100 = 1.000$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{5.000 - 1.000}{5} = 800$$

Berikut adalah interval penilaian mengenai variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Sangat Baik = 4.200 – 5.000

Baik = 3.400 – 4.200

Cukup Baik = 2.600 – 3.400

Kurang Baik = 1.800 – 2.600

Tidak Baik = 1.000 – 1.800

Hasil rekapitulasi mengenai fasilitas memperoleh total skor sebesar 3.903 berada dalam interval 3.400 – 4.200, menjelaskan bahwa fasilitas di Café Jeber

dalam katagori baik didalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Karena dukungan dari fasilitas menjadi kunci dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan penelitian. Dengan adanya dukungan fasilitas, hal ini dapat membuat konsumen merasa nyaman saat melakukan kunjungan di Café Jeber.

Adapun indikator tertinggi Cafe Jeber menyediakn petunjuk ruangan, hal ini menjelaskan dengan adanya penunjuk ruangan maka dapat mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi yang dituju seperti mushalla, toilet dan ruangan lainnya. Sedangkan skor indikator yang terendah mengenai Cafe Jeber menyediakan wifi untuk menarik konsumen yang datang, karena wifi dapat menjadi daya tarik yang kuat dalam menarik konsumen untuk dapat dan melakukan pembelian.

5.3.3 Lokasi

Hasil berikut menjelaskan mengenai tanggapan mengenai lokasi Café Jeber pada masing – masing item sebagai berikut :

5.3.1.1 Bangunan Cafe Jeber terletak di pinggir jalan raya

Tata letak menjadi faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian, dimana tata letak lokasi yang dekat dengan pinggir jalan raya sehingga dapat dengan mudah dijumpai oleh konsumen. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai bangunan Café Jeber terletak di pinggir jalan raya :

Tabel 5.32
Bangunan Cafe Jeber terletak di pinggir jalan raya

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	25	25,0	125
2	Setuju	4	44	44,0	176
3	Cukup Setuju	3	19	19,0	57
4	Tidak Setuju	2	8	8,0	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					378

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 25 (25%) menjawab sangat setuju, 44 orang (44%) menjawab setuju, 19 orang (19%) menjawab cukup setuju, 8 orang (8%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang (44%), karena lokasi bangunan Café Jeber terletak dipinggir jalan raya sehingga mempermudah konsumen untuk menemukan. Penempatan lokasi yang tepat akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk singgah dan melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 8 orang (8%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 35 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dan pekerja swasta dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan menurut konsumen pemilihan bangunan masih terbilang kurang strategis karena kurnag didukung dengan lahan parkir yang luas bagi konsumen.

5.3.1.2 Café Jeber terletak di lokasi yang strategis

Penempatan lokasi yang strategis juga dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, tabel berikut menjelaskan mengenai tanggapan Café Jeber terletak di lokasi yang strategis :

Tabel 5.33
Café Jeber terletak di lokasi yang strategis

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	26	26,0	130
2	Setuju	4	49	49,0	196
3	Cukup Setuju	3	13	13,0	39
4	Tidak Setuju	2	12	12,0	24
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0,0	0
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					389

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 26 orang (26%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49%) menjawab setuju, 13 orang (13%) menjawab cukup setuju, 12 orang (12%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 49 orang (49%), karena penempatan lokasi yang strategis sangat mempengaruhi konsumen untuk singgah dan melakukan pembelian produk makanan atau minuman. Disisi lain, lokasi yang strategis merupakan kunci yang sangat penting dalam mempengaruhi kosumen melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 12 orang (12%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan

usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan lokasi Café Jeber masih terbilang belum strategis karena kurangnya lahan parkir yang luas, terlalu dekat dengan jalan utama.

5.3.1.3 Untuk menjaga keamanan, Café Jeber memiliki pengaswasan dari security

Keamanan merupakan hal yang penting, salah satunya dengan melakukan pengawasan seperti memasang kamera pengawas bahkan security. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai untuk menjaga keamanan, Café Jeber memiliki pengaswasan dari security adalah sebagai berikut :

Tabel 5.34
Untuk menjaga keamanan, Café Jeber memiliki pengaswasan dari security

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	25	26,0	125
2	Setuju	4	52	54,2	208
3	Cukup Setuju	3	8	8,3	24
4	Tidak Setuju	2	11	11,5	22
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0,0	0
Jumlah					96
Persentase					100
Total Skor					379

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 25 orang (25%) menjawab sangat setuju, 52 orang (52%) menjawab setuju, 8 orang (8%) menjawab cukup setuju, 11 orang (11%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 52 orang (52%), keamanan menjadi salah satu faktor yang dapat memberikan puas konsumen dalam melakukan pembelian. Maka dari itu, pihak Café Jeber memasang kamera pengawas sebagai salah satu bentuk didalam menjaga keamanan.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 11 orang (11%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan karena menurut konsumen keamanan menjadi hal yang benar harus diperhatikan oleh pemilik usaha dalam memberikan kenyamanan kepada konsumen.

5.3.1.4 Cafe Jeber memiliki lahan parkir yang luas

Kondisi lahan parkir juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, lahan parkir yang tersedia harus memiliki area yang luas sehingga hal ini dapat menambahkan kenyamanan konsumen yang datang, Adapun hasil tanggapan mengenai Café Jeber memiliki lahan parkir yang luas adalah sebagai berikut :

Tabel 5.35
Cafe Jeber memiliki lahan parkir yang luas

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	34	34,0	170
2	Setuju	4	48	48,0	192
3	Cukup Setuju	3	10	10,0	30
4	Tidak Setuju	2	4	4,0	8
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					404

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 34 orang (34%) menjawab sangat setuju, 48 orang (48%) menjawab setuju, 10 orang (10%) menjawab cukup setuju, 4 orang (4%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 48 orang (48%), penentuan lokasi harus juga didukung dengan lahan parkir yang luas sehingga dapat memberikan kenyamanan terhadap pengunjung.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan lahan parkir yang sempit dapat berdampak terhadap kurangnya kenyamanan yang diberikan pemilik usaha kepada konsumen.

5.3.1.5 Lokasi Cafe Jeber mudah di jangkau oleh transpostasi umum atau pribadi

Penentuan lokasi yang strategis sangat menjadi hal utama yang diperhatikan, diantaranya seperti lokasi yang mudah dijangkau oleh alat transportasi baik umum atau pribadi. Dengan adanya penentuan lokasi yang strategi diharapkan dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan kunjungan. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai lokasi Cafe Jeber mudah di jangkau oleh transpostasi umum atau pribadi :

Tabel 5.36
Lokasi Cafe Jeber mudah di jangkau oleh transpostasi umum atau pribadi

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	41	41,0	205
2	Setuju	4	37	37,0	148
3	Cukup Setuju	3	13	13,0	39
4	Tidak Setuju	2	5	5,0	10
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					406

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 41 orang (41%) menjawab sangat setuju, 37 orang (37%) menjawab setuju, 13 orang (13%) menjawab cukup setuju, 5 orang (5%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang (41%), penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci didalam sebuah usaha dimana lokasi yang tepat atau startegis seperti mudah dijangkau oleh

alat transportasi akan mempermudah konsumen untuk datang dan melakukan pembelian produk makanan dan minuman di Café Jeber.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 5 orang (5%) dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju, yang merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini disebabkan, pemilihan lokasi yang strategi menjadi alasan yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan usaha. Terutama usaha yang bergerak pada bidang makanan dan minuman.

5.3.1.6 Lokasi Cafe Jeber berada dekat dengan kawasan padat penduduk

Lokasi yang strategis tidak hanya dapat dijangkau, tetapi juga dekat kawasan pada penduduk. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat untuk berkunjung dan melakukan pembelian produk makanan dan minuman yang ditawarkan. Berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai lokasi Cafe Jeber berada dekat dengan kawasan padat penduduk :

Tabel 5.37

Lokasi Cafe Jeber berada dekat dengan kawasan padat penduduk

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	37	37,0	185
2	Setuju	4	23	23,0	92
3	Cukup Setuju	3	18	18,0	54
4	Tidak Setuju	2	16	16,0	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	6	6,0	6
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					369

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 37 orang (37%) menjawab sangat setuju, 23 orang (23%) menjawab setuju, 18 orang (18%) menjawab cukup setuju, 16 orang (16%) menjawab tidak setuju dan 6 orang (6%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 37 orang (37%), penempatan lokasi yang dekat dengan kawasan padat penduduk merupakan salah satu strategi dalam menjalankan sebuah usaha. Karena penempatan yang baik dapat mempengaruhi keputusan konsumen didalam melakukan pembelian makanan dan minuman di Café Jeber.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 16 orang (16%) dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (6%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 35 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, karyawan swasta, dan pengusaha dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma dan sarjana. Hal ini mejelaskan kawasan yang padat pendudukan saat ini bukan alasan utama, tetap lokasi yang nyaman dan strategi menjadi pilihan utama pemilik usaha dalam menentukan lokasi usaha.

5.3.1.7 Bangunan Cafe Jeber mudah dilihat dan dapat di ketahui oleh banyak orang

Penentuan lokasi yang strategi juga dapat dilihat dari bagaimana kondisi bangunan mudah dilihat, sehingga hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui letak dari bangunan café. Maka pemilihan bangunan juga dapat

menjadi faktor yang akan mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut adalah hasil tanggapan dari responden mengenai bangunan Cafe Jeber mudah dilihat dan dapat di ketahui oleh banyak orang :

Tabel 5.38
Bangunan Cafe Jeber mudah dilihat dan dapat di ketahui oleh banyak orang

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	44	44,0	220
2	Setuju	4	29	29,0	116
3	Cukup Setuju	3	19	19,0	57
4	Tidak Setuju	2	6	6,0	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					407

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 44 orang (44%) menjawab sangat setuju, 29 orang (29%) menjawab setuju, 19 orang (19%) menjawab cukup setuju, 6 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang (44%), penempatan bangunan yang mudah dilihat dapat membantu konsumen untuk menemukan lokasi yang dituju. Karena pada kenyataannya penempatan bangunan harus startegis sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 6 orang (6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21

sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan diploma dan sarjana. Hal ini menjelaskan lokasi Café Jeber sendiri sudah bagus, hanya kekurangan papan nama yang kurang jelas menyebabkan bangunan café sulit ditemukan bagi konsumen baru.

5.3.1.8 Lokasi Cafe Jeber dekat dengan area perkantoran

Pemilihan lokasi merupakan suatu strategi yang harus diperhatikan dengan baik oleh pihak manajemen. Seperti lokasi yang dekat dengan keramaian, mudah dijangkau dan lokasi yang dekat dengan area perkantoran menjadi alternatif yang dapat dipilih untuk meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai lokasi Cafe Jeber dekat dengan area perkantoran :

Tabel 5.39
Lokasi Cafe Jeber dekat dengan area perkantoran

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	37	37,0	185
2	Setuju	4	25	25,0	100
3	Cukup Setuju	3	11	11,0	33
4	Tidak Setuju	2	15	15,0	30
5	Sangat Tidak Setuju	1	12	12,0	12
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					360

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 37 orang (37%) menjawab sangat setuju, 25 orang (25%) menjawab setuju, 11 orang (11%) menjawab cukup setuju, 15 orang (15%) menjawab tidak setuju dan 12 orang (12%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 37 orang (37%), lokasi Café Jeber saat ini sangat strategis karena dekat dengan perkantoran sehingga dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian makanan dan minuman yang dijual oleh Café Jeber.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 15 orang (15%) dan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (12%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 35 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, karyawan swasta, dan pengusaha dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma dan sarjana. Hal ini menjelaskan bahwa lokasi Café Jeber hanya dekat dengan stasiun radio TVRI yang merupakan salah satu perusahaan milik negara.

5.3.1.9 Cafe Jeber terletak dekat dengan fasilitas umum

Lokasi yang dekat dengan fasilitas umum juga dapat merupakan salah satu pemilihan lokasi yang strategis, karena pemilihan lokasi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Maka lokasi – lokasi yang dekat dengan fasilitas umum merupakan salah satu langkah yang tepat didalam penentuan sebuah tempat usaha. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai Cafe Jeber terletak dekat dengan fasilitas umum :

Tabel 5.40
Cafe Jeber terletak dekat dengan fasilitas umum

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	46	46,0	230
2	Setuju	4	29	29,0	116
3	Cukup Setuju	3	20	20,0	60
4	Tidak Setuju	2	5	5,0	10
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0,0	0
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					416

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 46 orang (46%) menjawab sangat setuju, 29 orang (29%) menjawab setuju, 20 orang (20%) menjawab cukup setuju, 5 orang (5%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang (46%), letak Café Jeber saat ini sangat strategis karena selain terletak dipinggir jalan, juga dekat dengan fasilitas – fasilitas umum sehingga hal ini dapat memberikan dampak positif bagi konsumen dalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 5 orang (5%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma dan sarjana. Hal ini menjelaskan menurut konsumen, penentuan lokasi Café Jeber sudah dekat

dengan fasilitas umum seperti pasar, kampus dan perkantoran tetapi yang jaraknya tidak begitu dekat.

Berikut adalah hasil rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai lokasi yang diberikan pada Café Jeber adalah sebagai berikut :

Tabel 5.41
Rekapitulasi Tanggapan Variabel Lokasi

No	Pernyataan		Klasifikasi Jawaban					Jumlah
			SS	S	CS	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
1	Bangunan Cafe Jeber terletak di pinggir jalan raya	Frek	25	44	19	8	4	100
		Skor	125	48	57	16	4	250
2	Café Jeber terletak di lokasi yang strategis	Frek	26	49	13	12	0	100
		Skor	130	53	39	24	0	246
3	Untuk menjaga keamanan, Café Jeber memiliki pengaswasan dari security	Frek	25	52	8	11	4	100
		Skor	125	56	24	22	4	231
4	Cafe Jeber memiliki lahan parkir yang luas	Frek	34	48	10	4	4	100
		Skor	170	52	30	8	4	264
5	Lokasi Cafe Jeber mudah di jangkau oleh transpostasi umum atau pribadi	Frek	41	37	13	5	4	100
		Skor	205	41	39	10	4	299
6	Lokasi Cafe Jeber berada dekat dengan kawasan padat penduduk	Frek	37	23	18	16	6	100
		Skor	185	27	54	32	6	304
7	Bangunan Cafe Jeber mudah dilihat dan dapat di ketahui oleh banyak orang	Frek	44	29	19	6	2	100
		Skor	220	33	57	12	2	324
8	Lokasi Cafe Jeber dekat dengan area perkantoran	Frek	37	25	11	15	12	100
		Skor	185	29	33	30	12	289
9	Cafe Jeber terletak dekat dengan fasilitas umum	Frek	46	29	20	5	0	100
		Skor	230	33	60	10	0	333
Jumlah			315	336	131	82	36	900
Persentase (%)			35	37	15	9	4	100
Total Skor			1.575	1.344	393	164	36	3.512

Sumber Data Olahan 2020

Nilai maksimal $\Rightarrow 5 \times 9 \times 100 = 4.500$

Nilai minimal $\Rightarrow 1 \times 9 \times 100 = 900$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{4.500 - 900}{5} = 720$$

Berikut adalah interval penilaian mengenai variabel lokasi adalah sebagai berikut :

Sangat Baik $= 3.780 - 4.500$

Baik $= 3.060 - 3.780$

Cukup Baik $= 2.340 - 3.060$

Kurang Baik $= 1.620 - 2.340$

Tidak Baik $= 900 - 1.620$

Hasil rekapitulasi mengenai lokasi memperoleh total skor sebesar 3.512 berada dalam interval 3.060 – 3.780, menjelaskan bahwa lokasi di Café Jeber dalam katagori baik, karena lokasi dari Café Jeber terletak sangat strategis seperti dekat jalan raya, dekat dengan fasilitas umum, bangunan mudah dijumpai oleh konsumen dengan dukungan fasilitas yang lengkap.

Adapun skor indikator yang tertinggi adalah Cafe Jeber terletak dekat dengan fasilitas umum. Sedangkan skor terendah pada untuk menjaga keamanan, Café Jeber memiliki pengaswasan dari security

5.3.4 Keputusan Pembelian

Hasil berikut menjelaskan mengenai tanggapan mengenai keputusan pembelian pada masing – masing item sebagai berikut :

5.3.4.1 Cafe Jeber menyediakan kebutuhan sesuai dengan selera konsumen

Salah satu penentu keputusan pembelian adalah ketersediaan kebutuhan – kebutuhan yang sesuai dengan selera konsumen, maka dari itu Café jeber selalu menghadirkan bermacam – macam produk makanan dan minuman yang sesuai dengan selera konsumen. Adapun hasil tanggapan mengenai Café Jeber menyediakan kebutuhan sesuai dengan selera konsumen adalah sebagai berikut :

Tabel 5.42
Cafe Jeber menyediakan kebutuhan sesuai dengan selera konsumen

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	46	46,0	230
2	Setuju	4	24	24,0	96
3	Cukup Setuju	3	26	26,0	78
4	Tidak Setuju	2	2	2,0	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					410

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 46 orang (46%) menjawab sangat setuju, 24 orang (24%) menjawab setuju, 26 orang (26%) menjawab cukup setuju, 2 orang (2%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang (46%), karena konsumen dalam melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh selera dari masing – masing konsumen. Maka dari itu, Café Jeber selalu berusaha menghadirkan produk makanan dan minuman yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 2 orang (2%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma dan sarjana. Hal ini menjelaskan beberapa menu makanan dan minuman yang disukai oleh konsumen sering habis dan kosong.

5.3.4.2 Konsumen mencari tahu tentang informasi mengenai cita rasa produk yang di tawarkan pada cafe jeber

Informasi mengenai cita rasa dari produk makanan atau minuman yang ditawarkan juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam menentukan pilihan produk makanan dan minuman mana yang akan dipilih. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai konsumen mencari tahu tentang informasi mengenai cita rasa produk yang ditawarkan pada Café Jeber :

Tabel 5.43
Konsumen mencari tahu tentang informasi mengenai cita rasa produk yang di tawarkan pada cafe jeber

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	31	31,0	155
2	Setuju	4	34	34,0	136
3	Cukup Setuju	3	22	22,0	66
4	Tidak Setuju	2	9	9,0	18
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					379

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 31 orang (31%) menjawab sangat setuju, 34 orang (34%) menjawab setuju, 22 orang (22%) menjawab cukup setuju, 9 orang (9%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 34 orang (34%), keputusan pembelian dari seorang konsumen dipengaruhi oleh adanya informasi terutama mengenai cita rasa dari produk yang dipilih oleh konsumen. Maka dari itu pengetahuan karyawan terhadap produk yang dijual harus tinggi, sehingga mampu memberikan penjelasan dengan baik.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 9 orang (9%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, karyawan swasta, dan pengusaha dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma dan sarjana. Hal ini mejelaskan tidak semua konsumen mau mencari tau segala informasi dari Café Jeber, karena akan mengurangi daya tarik untuk datang.

5.3.4.3 Konsumen menggali informasi mengenai Cafe Jeber

Seorang konsumen akan selalu mencari tahu terlebih dahulu mengenai informasi sebuah tempat, terutama informasi mengenai produk makanan dan minuman yang akan ditawarkan bahkan ada juga yang mencari tahu mengenai kenyamanan tempat dan dukungan fasilitas yang ditawarkan. Berikut adalah hasil tanggapan konsumen menggali informasi mengenai Café Jeber.

Tabel 5.44
Konsumen menggali informasi mengenai Cafe Jeber

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	47	47,0	235
2	Setuju	4	19	19,0	76
3	Cukup Setuju	3	23	23,0	69
4	Tidak Setuju	2	7	7,0	14
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					398

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 47 orang (47%) menjawab sangat setuju, 19 orang (19%) menjawab setuju, 23 orang (23%) menjawab cukup setuju, 7 orang (7%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 47 orang (47%), karena dengan adanya informasi yang jelas maka hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Maka dari itu, Café Jeber harus selalu memberikan informasi bagi setiap konsumen yang datang untuk melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 7 orang (7%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 20 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, karyawan swasta, dan pengusaha dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma dan sarjana. Hal ini mejelaskan masih ada beberapa konsumen yang kurang berniat untuk menggali informasi tentang Café Jeber.

5.3.4.4 Penilaian konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan

Penilaian dari konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang akan dilakukan, terutama penilaian akan kepuasan yang dirasakan. Karena pada dasarnya kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen akan sangat menentukan minat konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk makanan atau minuman tergantung dari bagaimana pelayanan yang diberikan. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai penilaian konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan :

Tabel 5.45
Penilaian konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	37	37,0	185
2	Setuju	4	42	42,0	168
3	Cukup Setuju	3	15	15,0	45
4	Tidak Setuju	2	4	4,0	8
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,0	2
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					408

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 37 orang (37%) menjawab sangat setuju, 42 orang (42%) menjawab setuju, 15 orang (15%) menjawab cukup setuju, 4 orang (4%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 42 orang (42%), dengan adanya penilaian yang baik maka hal ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Maka untuk

memperoleh penilaian yang baik, Café Jeber selalu menawarkan produk yang berkualitas, adanya pelayanan yang baik, tersedianya fasilitas pendukung dan penempatan lokasi yang startegis.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 4 orang (4%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini mejelaskan jika konsumen tidak merasa puas, maka konsumen tidak akan memberikan penilaian terhadap pelayanan yang diberikan oleh Café Jeber. Karena semakin baik pelayanan yang diberikan, maka hal ini dapat menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan.

5.3.4.5 Konsumen percaya dengan produk-produk yang ditawarkan oleh Cafe Jeber

Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh produk yang ditawarkan. Karena produk merupakan kunci utama alasan dari seorang konsumen melakukan pembelian. berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai konsumen percaya dengan produk-produk yang ditawarkan oleh Cafe Jeber :

Tabel 5.46
Konsumen percaya dengan produk-produk yang
ditawarkan oleh Cafe Jeber

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	33	33,0	165
2	Setuju	4	38	38,0	152
3	Cukup Setuju	3	19	19,0	57
4	Tidak Setuju	2	6	6,0	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					390

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 33 orang (33%) menjawab sangat setuju, 38 orang (38%) menjawab setuju, 19 orang (19%) menjawab cukup setuju, 6 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 38 orang (38%), untuk meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian maka Café Jeber selalu menghadirkan produk makanan dan minuman yang berkualitas untuk mendapat penilaian yang baik di kalangan konsumen.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 6 orang (6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini mejelaskan beberapa konsumen masih ada yang belum mempercayai keunggulan dari produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Café Jeber.

5.3.4.6 Konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh Cafe Jeber

Dalam meningkatkan minat konsumen melakukan pembelian, sebuah usaha harus memiliki produk yang berkualitas yang akan ditawarkan kepada konsumen. Karena alasan utama seorang konsumen melakukan pembelian karena adanya produk berkualitas yang ditawarkan kepadanya. Berikut adalah hasil tanggapan responden yang dihasilkan mengenai konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh Cafe Jeber :

Tabel 5.47
Konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh Cafe Jeber

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	39	39,0	195
2	Setuju	4	27	27,0	108
3	Cukup Setuju	3	26	26,0	78
4	Tidak Setuju	2	4	4,0	8
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					393

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 39 orang (39%) menjawab sangat setuju, 27 orang (27%) menjawab setuju, 26 orang (26%) menjawab cukup setuju, 4 orang (4%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 39 orang (39%), keputusan konsumen dalam melakukan pembelian karena adanya penilaian yang bagus dari konsumen. Dengan kata lain, semakin

baik produk dan jasa yang diberikan oleh Café Jeber maka hal ini yang akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 4 orang (4%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan sarjana. Hal ini mejelaskan tidak semua konsumen menyukai dan melakukan pembelian terhadap produk – produk yang ditawarkan oleh Café Jeber seperti makanan dan minuman. Maka dari itu kualitas produk makanan dan minuman yang ditawarkan harus selalu diperhatikan.

5.3.4.7 Cafe Jeber cocok untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman

Pemberian rekomendasi kepada orang lain dengan alasan bahwa adanya kualitas yang ditawarkan dengan baik, seperti pelayanan, fasilitas dan produk makanan atau minuman yang ditawarkan. Berikut adalah hasil tanggapan dari responden mengenai Cafe Jeber cocok untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman :

Tabel 5.48
Cafe Jeber cocok untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	35	35,0	175
2	Setuju	4	40	40,0	160
3	Cukup Setuju	3	12	12,0	36
4	Tidak Setuju	2	9	9,0	18
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	4,0	4
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					393

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 35 orang (35%) menjawab sangat setuju, 40 orang (40%) menjawab setuju, 12 orang (12%) menjawab cukup setuju, 9 orang (9%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang (40%), Café Jeber merupakan salah satu tempat tongkrongan yang nyaman baik dengan keluarga atau teman. Karena Café Jeber menawarkan kenyamanan dengan dukungan fasilitas yang dapat dimanfaatkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 9 orang (9%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan diploma dan sarjana. Hal ini mejelaskan bahwa jika

konsumen menyukai makanan dan minuman yang ditawarkan Café Jeber maka konsumen akan merekomendasikan kepada keluarga dan teman.

5.3.4.8 Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan

Pelayanan menjadi kunci utama dalam mempengaruhi minat konsumen melakukan pembelian. Adanya pelayanan yang baik dan berkualitas dengan mengutamakan keinginan konsumen, maka hal ini yang dapat meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut adalah hasil tanggapan mengenai konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan :

Tabel 5.49
Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan

No	Kategori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	38	38,0	190
2	Setuju	4	32	32,0	128
3	Cukup Setuju	3	19	19,0	57
4	Tidak Setuju	2	5	5,0	10
5	Sangat Tidak Setuju	1	6	6,0	6
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					391

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 38 orang (38%) menjawab sangat setuju, 32 orang (32%) menjawab setuju, 19 orang (19%) menjawab cukup setuju, 5 orang (5%) menjawab tidak setuju dan 6 orang (6%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang (38%), kepuasan menjadi kunci utama didalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Maka dari itu, Café Jeber

selalu meningkatkan kualitas dari pelayanan sehingga hal ini akan membuat konsumen puas didalam melakukan pembelian.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 5 orang (55%) dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (6%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dan karyawan swasta dengan latar belakang pendidikan SMA, diploma dan sarjana. Hal ini menjelaskan kepuasan dari pelayanan merupakan kunci yang sangat penting didalam meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

5.3.4.9 Konsumen melakukan pembelian ulang berdasarkan kepepuleran

Keputusan seorang konsumen dalam melakukan pembelian kembali, dipengaruhi oleh bagaimana sebuah unit usaha itu populer di kalangan masyarakat seperti adanya kualitas dari pelayanan atau produk makanan dan minuman yang ditawarkan. Berikut adalah hasil tanggapan dari responden mengenai konsumen melakukan pembelian ulang berdasarkan kepepuleran :

Tabel 5.50
Konsumen melakukan pembelian ulang berdasarkan kepepuleran

No	Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
1	Sangat Setuju	5	46	46,0	230
2	Setuju	4	24	24,0	96
3	Cukup Setuju	3	22	22,0	66
4	Tidak Setuju	2	8	8,0	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0,0	0
Jumlah					100
Persentase					100
Total Skor					408

Sumber Data Olahan 2020

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan dimana dari 100 orang responden sebanyak 46 orang (46%) menjawab sangat setuju, 24 orang (24%) menjawab setuju, 22 orang (22%) menjawab cukup setuju, 8 orang (8%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang (46%), karena salah satu alasan konsumen melakukan pembelian kembali adalah kepopuleran dari Café Jeber yang selalu menawarkan kualitas dari pelayanan, produk makanan dan minuman yang disediakan kepada konsumen.

Sementara responden yang menjawab tidak setuju sebesar 8 orang (0%) merupakan responden dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia antara 21 sampai dengan 25 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, dengan latar belakang pendidikan diploma dan sarjana. Hal ini menjelaskan alasan utama konsumen dalam melakukan pembelian kembali karena adanya kepopuleran dari produk makanan dan minuman pada Café Jeber.

Berikut adalah hasil rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen pada Café Jeber adalah sebagai berikut :

Tabel 5.51
Rekapitulasi Tanggapan Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Klasifikasi Jawaban					Jumlah	
		SS	S	CS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Cafe Jeber menyediakan kebutuhan sesuai dengan selera konsumen	Frek	46	24	26	2	2	100
		Skor	230	28	78	4	2	342

No	Pernyataan		Klasifikasi Jawaban					Jumlah
			SS	S	CS	TS	STS	
			5	4	3	2	1	
2	Konsumen mencari tahu tentang informasi mengenai cita rasa produk yang di tawarkan pada cafe jeber	Frek	31	34	22	9	4	100
		Skor	155	38	66	18	4	281
3	Konsumen menggali informasi mengenai Cafe Jeber	Frek	47	19	23	7	4	100
		Skor	235	23	69	14	4	345
4	Penilaian konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan	Frek	37	42	15	4	2	100
		Skor	185	46	45	8	2	286
5	Konsumen percaya dengan produk-produk yang ditawarkan oleh Cafe Jeber	Frek	33	38	19	6	4	100
		Skor	165	42	57	12	4	280
6	Konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh Cafe Jeber	Frek	39	27	26	4	4	100
		Skor	195	31	78	8	4	316
7	Cafe Jeber cocok untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman	Frek	35	40	12	9	4	100
		Skor	175	44	36	18	4	277
8	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan	Frek	38	32	19	5	6	100
		Skor	190	36	57	10	6	299
9	Konsumen melakukan pembelian ulang berdasarkan kepepuleran	Frek	46	24	22	8	0	100
		Skor	230	28	66	16	0	340
Jumlah			352	280	184	54	30	900
Persentase (%)			39	31	20	6	3	100
Total Skor			1.760	1.120	552	108	30	3.570

Sumber Data Olahan 2020

Nilai maksimal $\Rightarrow 5 \times 9 \times 100 = 4.500$

Nilai minimal $\Rightarrow 1 \times 9 \times 100 = 900$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{4.500 - 900}{5} = 720$$

Berikut adalah interval penilaian mengenai variabel keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

Sangat Baik	= 3.780 – 4.500
Baik	= 3.060 – 3.780
Cukup Baik	= 2.340 – 3.060
Kurang Baik	= 1.620 – 2.340
Tidak Baik	= 900 – 1.620

Hasil rekapitulasi mengenai keputusan pembelian memperoleh total skor sebesar 3.580 berada dalam interval 3.060 – 3.780, menjelaskan bahwa keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk makanan dan minuman di Café Jeber sudah baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Maka dari itu kualitas makanan, adanya fasilitas pendukung dan pemilihan lokasi menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Skor tertinggi pada konsumen menggali informasi mengenai Cafe Jeber, hasil ini menjelaskan bahwa dengan adanya informasi maka diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen melakukan penelitian. Sementara skor terendah pada Café Jeber cocok untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman, hal ini menjelaskan bahwa alasan utama konsumen memberikan rekomendasi karena adanya kualitas yang ditawarkan.

5.4 Analisis Data Penelitian

Berikut adalah hasil penelitian yang sudah dilakukan terdiri dari analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parsial, uji hipotesis simultan dan koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

5.4.1 Regresi Linier Berganda

Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda yang dihasilkan dalam penelitian ini :

**Tabel 5.52 Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.820	1.806		1.008	.316
	Pelayanan	.277	.106	.274	2.624	.010
	Fasilitas	.337	.095	.367	3.563	.001
	Lokasi	.301	.117	.291	2.574	.012

a. Dependent Variable: Pembelian

Sumber Olahan Spss 22

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1.820 + 0,277X_1 + 0,337X_2 + 0,301X_3 + e$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,820. Artinya adalah apabila kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi diasumsikan bernilai nol (0), maka keputusan pembelian di Café Jeber sebesar 1,820.
2. Nilai koefisien regresi 0,277 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian di Café Jeber akan mengalami peningkatan sebesar 0,277.
3. Nilai koefisien regresi 0,337 menyatakan bahwa jika fasilitas mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian di Café Jeber akan mengalami peningkatan sebesar 0,337.
4. Nilai koefisien regresi 0,301 menyatakan bahwa jika lokasi mengalami

peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian di Café Jeber akan mengalami peningkatan sebesar 0,301.

5.4.2 Uji Secara Parsial (Uji T)

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis secara parsial yang digunakan dalam penelitian ini :

$$T \text{ tabel} = n - k - 1 : 0,05/2$$

$$T \text{ tabel} = 100 - 3 - 1 : 0,05/2$$

$$T \text{ tabel} = 1,985$$

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini didapat t-statistik sebagai berikut :

Tabel 5.52 Uji T Hitung Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
1 (Constant)	1.820	1.806		1.008	.316		
Pelayanan	.277	.106	.274	2.624	.010	.196	5.109
Fasilitas	.337	.095	.367	3.563	.001	.201	4.974
Lokasi	.301	.117	.291	2.574	.012	.167	5.977

a. Dependent Variable: Pembelian

Sumber Olahan Spss 22

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai t hitung (2,624) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,010) < 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai t

hitung (3,563) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,001) < 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai t hitung (2,574) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,012) < 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.
4. Variabel yang paling dominan adalah fasilitas karena nilai t hitung yang dihasilkan sebesar 3,563 lebih besar dari nilai t hitung pelayanan sebesar 2,624 dan lokasi sebesar 2,574. Maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian pada Café Jeber.

5.4.3 Uji Secara Simultan (Uji F)

Tabel berikut adalah hasil uji hipotesis penelitian secara simultan dalam penelitian ini :

Tabel 5.53 : Uji F Hitung ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5516.471	3	1838.824	123.920	.000 ^a
	Residual	1424.529	96	14.839		
	Total	6941.000	99			

Sumber Olahan Spss 22

Dari tabel 5.53 diatas diketahui F hitung sebesar 123,920 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 2,70. Dengan demikian diketahui F hitung (123,920) > F tabel (2,70) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi

penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Café Jeber.

5.4.4 Koefisien Determinasi

Berikut adalah hasil koefisien determinasi berdasarkan hasil olahan data penelitian ini :

Tabel 5.54 Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.795	.788	3.85212	1.873

Sumber Olahan Data Spss 22

Dari tabel 5.54 di atas dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,795 menjelaskan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 79,5% sementara sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.4 Pembahasan

5.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil rekapitulasi mengenai kualitas pelayanan memperoleh total skor sebesar 3.667 berada dalam interval 3.400 – 4.200, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan di Café Jeber dalam katagori baik didalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik seperti kehandalan karyawan dalam melayani, ada respon yang baik dari karyawan, keyakinan konsumen akan produk makanan dan minuman yang ditawarkan

memiliki kualitas yang baik, serta adanya empati karyawan dalam melayani dan dukungan fasilitas yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Adapun skor indikator yang tertinggi adalah karyawan Cafe Jeber menjaga ruangan agar tetap bersih dan rapi. Ruangan yang rapi dan bersih dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen sehingga konsumen dapat menikmati menu makanan dan minuman yang ditawarkan. Sedangkan skor indikator terendah adalah karyawan pada Cafe Jeber memiliki keinginan untuk membantu setiap kebutuhan konsumen, hal ini seperti karyawan terkesan lambat dalam merespon kebutuhan konsumen sehingga membuat konsumen harus menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan dalam memesan menu makanan dan minuman yang diinginkan.

Hasil pengujian hipotesis dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai t hitung (2,624) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,010) < 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini dikuat dengan penelitian Wayudi dkk (2016) dan Rhamadani (2017) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus selalu diperhatikan oleh sebuah perusahaan terutama bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan seperti café. Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk kembali dan melakukan pembelian ulang seperti mengutamakan konsumen tanpa

membandingkan status sosialnya dan selalu memberikan setiap kebutuhan konsumen tentang sebuah produk makanan dan minuman. Maka dari itu kualitas pelayanan merupakan faktor yang akan mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

5.5.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil rekapitulasi mengenai fasilitas memperoleh total skor sebesar 3.903 berada dalam interval 3.400 – 4.200, menjelaskan bahwa fasilitas di Café Jeber dalam katagori baik didalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Karena dukungan dari fasilitas menjadi kunci dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan penelitian. Dengan adanya dukungan fasilitas, hal ini dapat membuat konsumen merasa nyaman saat melakukan kunjungan di Café Jeber.

Adapun indikator tertinggi Cafe Jeber menyediakan petunjuk ruangan, hal ini menjelaskan dengan adanya petunjuk ruangan maka dapat mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi yang dituju seperti mushalla, toilet dan ruangan lainnya. Sedangkan skor indikator yang terendah mengenai Cafe Jeber menyediakan wifi untuk menarik konsumen yang datang, karena wifi dapat menjadi daya tarik yang kuat dalam menarik konsumen untuk dapat dan melakukan pembelian.

Hasil pengujian hipotesis dimana fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai t hitung (3,563) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,001) < 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini dikuatkan dengan penelitian Wahyudi (2016) yang memberikan penjelasan bahwa adanya dukungan fasilitas yang lengkap diharapkan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Fasilitas tambahan yang disediakan juga dapat menjadi penentu seorang konsumen dalam melakukan pembelian, karena fasilitas adalah dukungan tambahan sebagai bentuk sarana yang dapat memberikan kepuasan kepada seorang konsumen. Maka dengan semakin lengkap fasilitas tambahan yang diberikan maka hal ini diharapkan dapat memberikan pengaruh kepada konsumen didalam menentukan keputusan pembelian.

5.5.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil rekapitulasi mengenai lokasi memperoleh total skor sebesar 3.512 berada dalam interval 3.060 – 3.780, menjelaskan bahwa lokasi di Café Jeber dalam katagori baik, karena lokasi dari Café Jeber terletak sangat strategis seperti dekat jalan raya, dekat dengan fasilitas umum, bangunan mudah dijumpai oleh konsumen dengan dukungan fasilitas yang lengkap.

Adapun skor indikator yang tertinggi adalah Cafe Jeber terletak dekat dengan fasilitas umum. Sedangkan skor terendah pada untuk menjaga keamanan, Café Jeber memiliki pengaswasan dari security. Maka dari itu, pemilihan lokasi menjado hal yang harus selalu diperhatikan dengan baik oleh manajeman dan pemilik Café Jeber.

Hasil pengujian hipotesis dimana lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai t hitung (2,574) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,012) < 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hasil ini dikuatkan dengan penelitian Ratnasari (2017) yang menjelaskan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka lokasi juga dapat mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam melakukan pembelian, dimana pemilihan lokasi yang strategis seperti dekat dengan keramaian, mudah dijangkau dan memiliki lahan yang luas diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk datang dan melakukan pembelian. Maka dari itu, penentuan lokasi sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

5.5.4 Pengaruh Kualitas, Fasilitas dan Lokasi Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil rekapitulasi mengenai keputusan pembelian memperoleh total skor sebesar 3.580 berada dalam interval 3.060 – 3.780, menjelaskan bahwa keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk makanan dan minuman di Café Jeber sudah baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Maka dari itu kualitas makanan, adanya fasilitas pendukung dan pemilihan lokasi menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Skor tertinggi pada konsumen menggali informasi mengenai Cafe Jeber, hasil ini menjelaskan bahwa dengan adanya informasi maka diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen melakukan penelitian. Sementara skor terendah pada Café Jeber cocok untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman, hal

ini menjelaskan bahwa alasan utama konsumen memberikan rekomendasi karena adanya kualitas yang ditawarkan.

Pengujian hipotesis secara simultan dimana F hitung (123,920) > F tabel (2,70) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Café Jeber. Sementara nilai R Square sebesar 0,795 menjelaskan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 79,5% sementara sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini dikuatkan dengan penelitian Wahyudi dkk (2016) dan Ratnasari (2017) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian baik produk maupun jasa yang diberikan kepada konsumen.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dengan adanya kualitas pelayanan maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan.
2. Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dukungan fasilitas yang lengkap akan memberikan pengaruh yang baik dalam meningkatkan keputusan pembelian.
3. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima. Pemilihan lokasi yang strategis diharapkan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Café Jeber. Sementara nilai R Square menjelaskan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar

79,5% sementara sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pihak manajemen Café Jeber agar dapat menjaga kualitas pelayanan yang sudah ada, bahkan harus diperhatikan dan ditingkatkan kemampuan dari karyawan didalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
2. Untuk fasilitas, sebaiknya Café Jeber melengkapi fasilitas dalam memberikan rasa puas konsumen salah satunya adalah penggunaan wifi yang diharapkan lebih baik dengan kecepatan yang maksimal.
3. Dari sisi lokasi, Café Jeber sudah memilih lokasi yang strategis dan saran yang dapat diberikan dengan menambah plang nama sehingga dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menemukan bangunan Café Jeber.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri,Sofjan. 2011.Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Azka, Afifah, 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patai Palembang). Jurnal Manajemen Vol 2 No 1 Maret 2017
- Dwi Prasojo, 2016. Jurnal Ilmu Dan Manajemen : Volume 5, Nomor 8, Agustus 2016. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas 0797 Kencanasari 1 Surabaya.
- Ghozali, 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handoko, T Hani. 2012. Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : BPFE.
- Hasnih. 2016. Jurnal Mirai Management, Volume 1 Nomor 2 Oktober 2016, Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng.
- Irawan (2005:58). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta : Salembah Empat.
- Ismail, 2014. Manajemen Pemasaran, PT Raja Grafindo. Jakarta
- Istijanto, 2007. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Amstrong, 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler,P, & Keller, K. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 : Jakarta.
- Kotler,P, & Keller, K.L 2012."Manajemen Pemasaran", Ed12. Jilid2. Penerbit PT Indeks : Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani.2006.Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mahendra & Indryani, 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemilih Pasar Swalayan Sebagai Tempat Belanja (Studi Kasus pada Pasar Swalayan Dikawasan Seputar Simpang Lima Semarang) Dalam Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi, Vol.2 No 1 Hal 1-15
- Maulana & Rohman. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Cabang Borobudur Malang. Jurnal Manajemen dan Bisnis,

Vol 1 No 1 April 2018

- McKnight et al., 2002. Relationship Marketing. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Moenir.AS 2015.Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia Penerbit PT Bumi Askara, Bandung.
- Mowen dan Minor, 2002. Manajemen Pemasaran, edisi ketigabelas, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh, Penerbit: Prenhalindo, Jakarta.
- Nur Laely, (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT Telkomsel di Kota Kediri. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, September 2016 Vol 3 No 2 Hal 61-74.
- Nurhayati, 2011. Manajemen Ritel. Jakarta: Salembah Empat.
- S.P,Hasibuan, Malayu. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siregar. Syofian. 2013. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif.
- Sudarso, 2016. Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2011, Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif Kualitatif dan R&D) Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS
- Suliyanto. 2012. Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS
- Sunarto, 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta, Salemba Empat.
- Supartiningsih. 2017. Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit, 6 (1) : 9-15, Januari 2017. Kualitas Pelayanan An Kepuasan Pasien Rumah Sakit : Kasus Pada Pasien Rawat Jalan.
- Terry, George. 2010. Dasar-Dasar Manajemen Cetakan Kesebelas. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Tjiptono 2012. Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandi & Chandra Gregorius. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : Andi

- Tjiptono, Fandi. 2006. Manajemen Jasa, Edisi 1. Yogyakarta : Andi
- Umar, Husein, 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wardani Ulfa. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara).
- Wawan Dkk (2016) Jurnal Ilmu Kel. Dan Kons Vol 9 No 1 Januari 2016. Analisis Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Wadezig Distro Kota Padang. Fakultas Ekonomi. Universitas Andalas. Skripsi

