JURNAL

PENGARUH INTERIOR, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *CAFE "PARE CORNER"* KECAMATAN PARE KABUPATEN KEDIRI

Influence of Interior, Service Quality and Price to Decision of Buying Cafe "Pare Corner" Pare, Kediri

Oleh:

DWI ASTUTIK

NPM. 13.1.02.02.0294

Dibimbing oleh :

1. **Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M**
2. **Gesty Ernestivita, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: DWI ASTUTIK
NPM	: 13.1.02.02.0294
Telepon/HP	: 0857-3041-4510
Alamat Surel (Email)	: dwi_dhie@yahoo.com
Judul Artikel	: Pengaruh Interior, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Cafe "Pare Corner"* Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.
Fakultas – Program Studi	: FE - MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: JL. KH. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 02 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. NIDN. 0730088001	Gesty Ernestivita, M.M. NIDN. 0720059101	Dwi Astutik NPM. 13.1.02.02.0294

PENGARUH INTERIOR, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *CAFE "PARE CORNER"* KECAMATAN PARE KABUPATEN KEDIRI

Dwi Astutik
13.1.02.02.0294
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
dwi_dhie@yahoo.com
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. dan Diah Gesty Ernestivita, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana Interior, Kualitas Pelayanan, dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Interior, Kualitas Pelayanan, dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan di *Cafe "Pare Corner"* yang berada di desa Tulungrejo kecamatan Pare kabupaten Kediri.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Interior, Kualitas Pelayanan, dan Harga, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian menyebar kuesioner kepada pengunjung *Cafe.* Penelitian ini menggunakan populasiseluruh pengunjung *Cafe "Pare Corner"* yang berjumlah rata-rata sebanyak 150 pengunjung dalam satu bulannya. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung. Adapun responden yang ditentukan sebagai sampel yaitu sebanyak 109 responden. Setiap responden diberi lembar kuesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purpose random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 23.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Interior, Kualitas Pelayanan, dan Hargaberpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.Berdasarkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa Interior, Kualitas Pelayanan, dan Hargaber pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil *Adjusted*R^2 menunjukkan nilai sebesar 0,851 atau 85,1% yang artinya bahwaInterior, Kualitas Pelayanan, dan Harga mampu mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel tersebut dalam menjelaskan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian sebesar 85,1%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 14,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Interior, Kualitas Pelayanan, Harga.

LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia sangat pesat ditandai dengan beranekaragamnya bisnis kuliner yang bisa kita temukan di Indonesia, mulai dari warung, restoran, *cafe* dan berbagai jenis waralaba asing yang menggeluti bisnis kuliner. Bisnis *cafe* di Tanah Air terus tumbuh pesat sehingga patut diperhitungkan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan. Saat ini lebih dari 10.000 *cafe* di Indonesia yang diprediksi masih akan terus tumbuh. Pada 2013-2018, total pendapatan sektor diperkirakan meningkat dari USD 3,4 miliar menjadi USD 4,16 miliar Merdeka (16, 06 :2016). Keadaan tersebut menyebabkan pelaku bisnis pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan usaha, memperoleh laba optimal, serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing, hal ini membuat semakin tinggi pula daya persaingan di dalam diri masyarakat, terutama di dalam bidang ekonomi. Pesaing tersebut tidak hanya terjadi pada kalangan atas, tetapi juga dikalangan bawah. Justru orang-orang yang berada di kalangan bawah merasa sangat termotivasi karena mereka ingin merubah nasib dan mengembangkan usahanya.

Pertumbuhan gaya hidup, kebiasaan, selera dan tata cara dalam menikmati dan mengkonsumsi makanan pada masyarakat membuat para pelaku *food service* semakin kreatif dalam menuangkan ide-ide baru mengenai *cafe* yang lebih modern dan disukai konsumen. Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yaitu dengan menumbuhkan minat beli dan kemudian melakukan keputusan untuk membeli bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Keputusan pembelian dapat berasal dari faktor internal atau dari dalam diri konsumen ataupun faktor eksternal yaitu rangsangan dari luar yang dilakukan oleh pelaku usaha. Perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi Kotler dan Amstrong (2012:157).

Ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap *cafe* salah satunya adalah interior. Hal tersebut menuntut pihak pemilik *cafe* untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding *cafe* lainnya. Perencanaan dan penciptaan suasana interior yang tepat akan mendorong lajunya tingkat penjualan Sunyoto (2015:212). Dengan desain interior ruangan yang unik, perletakan kursi sofa, kursi kayu juga meja yang tepat serta sorotan lampu kuning yang dapat membuat kesan hangat

menambah kenikamatan pada saat menikmati makanan dan minuman.

Bagi pelaku bisnis yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting. Kualitas pelayanan itu sendiri merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang *cafe* tetapi dipandang dari sudut pandang penilaian palanggan. Kualitas pelayanan itu ditentukan oleh kemampuan *cafe* dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan Tjiptono dan Chandra (2011:180). Apabila kualitas pelayanan itu sendiri kurang baik bisa dipastikan konsumen enggan untuk membeli produk pada *cafe* tersebut, sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Menarik konsumen untuk melakukan pembelian dapat dilakukan dengan cara memberikan interior yang menyenangkan bagi konsumen. Pencitaan suasana berarti rancangan lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian untuk merancang respons emosional dan perseptual pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang Utami (2014:297). Agar konsumen merasa senang ketika berkunjung, maka pebisnis harus senantiasa mengusahakan suasana yang menyenangkan bagi para pengunjung saat berada dalam *cafe*. Begitu juga dengan pelayanan yang baik, hal itu memberikan rasa nyaman bagi konsumen. Karena konsumen yang merasa senang dan nyaman diharapkan akan melakukan pembelian.

Dengan demikian interior, kualitas pelayanan dan harga memiliki dampak yang kuat terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Untuk itu idealnya interior, kualitas pelayanan dan harga harus memenuhi kriteria agar konsumen tertarik dan pada akhirnya melakukan keputusan pembelian serta kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Pembatasan Masalah

1. Keputusan pembelian, dibatasi mengenai perilaku konsumen untuk

membeli suatu produk sesuai dengan manfaat produk tersebut.

2. Interior, penulis membatasi mengenai desain interior yang diterapkan.
3. Kualitas pelayanan, penulis membatasi mengenai proses transaksi antara konsumen dan produsen.
4. Harga, penulis membatasi mengenai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dan memiliki guna barang atau jasa.

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial interior terhadap keputusan pembelian *cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri ?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri ?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian *cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri ?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) interior, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian *cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri ?

Tujuan Penelitian

1. Pengaruh secara parsial interior terhadap keputusan pembelian *cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri.
2. Pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian cafe *"Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri.
3. Pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian *cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri.
4. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) interior, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian *cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu cara pandang atau melihat penelitian dari aspek kuantitas data. Penelitian ini bekerja dengan angka-angka. Interior, kualitas pelayanan dan harga akan dikuantifikasikan atau diwujudkan berupa angka, angka ini menunjukan skor.

Teknik Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang telah diteliti maka jenis penelian yang digunakan dalam penelitian ini

menggunakan metode *causal research* (riset kausal) merupakan salah satu yang tujuannya utamanya adalah mencari hubungan sebab akibat. Riset kausal merupakan hubungan yang bersifat mempengaruhi antara dua variabel atau lebih Riduwan (2011:168). Sehingga akan mengetahui pengaruh interior, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi pada *Cafe "Pafe Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri. Mengambil lokasi penelitian disini karena *Cafe "Pare Corner"* cukup populer dikalangan masyarakat.

Waktu Penelitian

Keseluruhan pelaksanaan hingga penyelesaian penelitian ini direncanakan 4 (empat) bulan, terhitung mulai Maret s/d Juni 2017.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2016:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri pada bulan Maret s/d Juni 2017 yang apabila dirata-rata setiap bulan sesuai dengan kriteria yang diambil yaitu 150 pengunjung.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2016:81), ukuran sampel untuk penelitian ini sebagi berikut: Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling. Purposive sampling* merupakan pengambilan sample berdasarkan seleksi khusus. Peneliti membuat kriteria tertentu siapa yang dijadikan sebagai informan.

Langkah-langkah Pengumpulan Data

1) Wawancara

   Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak yang dianggap perlu dan berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung kepada karyawan *Cafe "Pare Corner"*kecamatan Pare kabupaten Kediri dengan cara tatap muka dan bercakap-cakap dengan mengajukan beberapa pertanyaan sehingga informasi atau keterangan diperoleh langsung dari responden yang bersangkutan.

2) Kuisioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan interior, kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian dimana setiap jawaban dari pertanyaan mempunyai makna dalam pengujian hipotesis. Kuisioner ini disebarkan kepada karyawan tetap di *Cafe "Pare Corner"* kecamatan Pare kabupaten Kediri.

3) Observasi

Tehnik pengumpulan data dengan observasi merupakan suatu suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

4) Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku dan mempelajari literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul Sugiyono (2016:147). Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2016:110).

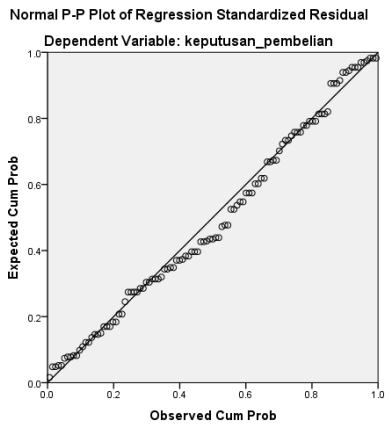
HASIL DAN SIMPULAN

Pembahasan

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan cara melihat grafik normal probability plot yang membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis yang diagonal. Uji Normallitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel (pengganggu) dependen dan independen atau keduanya memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013:160). Hasil output SPSS versi 21,0. Hasil uji normalitas dapat dilihat dari gambar 4.2 sebagai berikut :



Gambar 4.2

Hasil Pengujian Normalitas

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari gambar 4.2 menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Ujian multikolinearitas bertujuan dalam suatu penelitian apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas. Apabila terjadi korelasi maka dinamakan terjadi multikolonieritas, karena dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Karena model regresi yang bebas multikolonieritas mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1 berikut adalah hasil uji multikol dalam penelitian ini.

Tabel Hasil 4.8

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Interior	.210	4.762
kualitas_pelayanan	.158	6.310
Harga	.496	2.016

ent Variable: keputusan_pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari penjelasan tabel diatas dapat terlihat bahwa besaran VIF sebesar 4.762; 6.310; 2.016 dan besaran *tolerance* (0.210; 0.158; 0.496) berada disekitar angka 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat multikolonieritas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi andata kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan t-1 (sebelumnya) Ghozali (2013:95). Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem autokorelasi. Hasil pengujian autokorelasidapat dilihat dari tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9

Tabel Auto-Korelasi

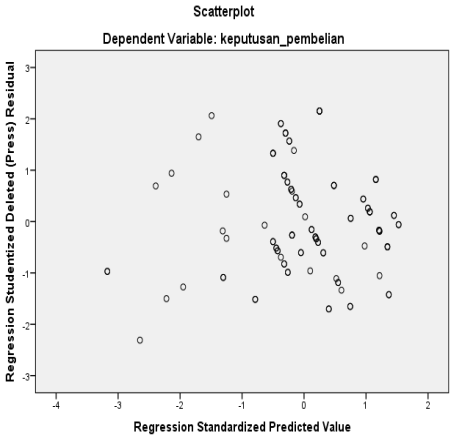
Model	Durbin-Watson	Tabel Durbin Watson
1	1.668	1.6317

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (dw) yang dihasilkan adalah 1.668 dengan nilai dU 1.6317 sehingga (4-d) > dU= (4 – 1.668) > 1.6317. Dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) > dU sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:47). Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatterplot. Dapat dilihat pada gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak berbentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara variabel dependen dengan variabel independent. Analisis regresi linier berganda telah dilakukan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.013	1.016		1.981	.050
	Interior	.292	.071	.336	4.090	.000
	kualitas_pelayanan	.436	.097	.424	4.485	.000
	Harga	.208	.044	.250	4.682	.000

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2017

Keterangan:

X_1 : interior

X_2 : kualitas pelayanan

X_3 : harga

Y : keputusan pembelian

Dari hasil analisis regresi berganda berupa koefisien regresi (b) seperti pada tabel maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = a + ß_1 X_1 + ß_2 X_2 + ß_3 X_3 + e$

$Y = 2.013 + 0,292X_1 + 0,436X_2 + 0.208X_3 + e$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta (a) sebesar 2.013 menunjukkan besarnya keputusan pembelian.

a. Apabila tidak dipengaruhi oleh interior (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3).
b. Dari tabel analisis regresi diperoleh koefisien regresi variabel interior (X_1) sebesar 0, 292 yang berarti apabila terjadi perubahan (peningkatan atau penurunan) variabel interior (X_1) sebesar satu satuan maka akan diikuti oleh perubahan (peningkatan atau penurunan) variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0, 292 apabila variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah.
c. Dari tabel analisis regresi diperoleh koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0, 436 yang berarti apabila terjadi perubahan (peningkatan atau penurunan) variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar satu satuan maka akan diikuti oleh perubahan (peningkatan atau penurunan) variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0, 436 apabila variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah.
d. Dari tabel analisis regresi diperoleh koefisien regresi variabel harga (X_3) sebesar 0.208 yang berarti apabila terjadi perubahan (peningkatan atau penurunan) variabel harga

(X_3) sebesar satu satuan maka akan diikuti oleh perubahan (peningkatan atau penurunan) variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0.208 apabila variabel bebas lainnya konstan atau tidak berubah.

3. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.11

Koefisien Determinan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.923[a]	.851	.847	1.668

a. Predictors: (Constant), harga, interior, kualitas_pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari nilai *adjusted R square* sebesar 0.847 atau sebesar 84,7%, hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh interior (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) sebesar 84,7% dan sisanya sebesar 15,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Analisis parsial dilakukan dengan menggunakan uji t dengan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.013	1.016		1.981	.050
	Interior	.292	.071	.336	4.090	.000
	kualitas_pelayanan	.436	.097	.424	4.485	.000
	Harga	.208	.044	.250	4.682	.000

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, untuk menguji hipotesis diterima atau ditolak dengan melihat signifikasi. Adapun penerimaan atau penolakannya dapat dilihat apabila signifikasi berada dibawah 0,05 maka hipotesis diterima dan apabila signifikasi berada di atas 0,05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel interior (X_1) besarnya sig sebesar 0.000, karena probabilitas < 0,05 maka hipotesis yang berbunyi adalah " ada pengaruh yang signifikan antara interior terhadap keputusan pembelian" diterima.β (nilai koefesien regresi parsial), variabel kualitas pelayanan (X_2) dan besarnya sig sebesar 0.000, karena probabilitas < 0,05 maka hipotesis yang berbunyi adalah " ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian"

diterima.β (nilai koefesien regresi parsial), variabel harga (X_3) besarnya sig sebesar 0.000, karena probabilitas < 0,05 maka hipotesis yang berbunyi adalah " ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian" diterima.β (nilai koefesien regresi parsial).

b. Uji F

Analisis simultan atau secara bersama-sama dilakukan dengan menggunakan uji F. Uji F digunakan untuk mengetahui secara statistic besaran koefisien korelasi (R) adalah signifikan sehingga dapat dipakai sebagai dasar pengujian apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Y). Hasil Uji signifikan F disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	827.935	3	275.978	200.658	.000[b]
Residual	144.414	105	1.375		
Total	972.349	108			

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian
b. Predictors: (Constant), harga, interior, kualitas_pelayanan

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan penjelasan tabel diatas diketahui bahwa dengan nilai α = 0,05 dan diperoleh nilai sig F sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05. Apabila sig < 0,05 maka hipotesis yang berbunyi " ada pengaruh yang signifikan antara interior (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian secara simultan" di terima.

Simpulan

1. Ada pengaruh signifikan antara desain interior dengan keputusan pembelian pada *cafe "Pare Corner*".
2. Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pada *cafe "Pare Corner*".
3. Ada pengaruh signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada *cafe "Pare Corner*".
4. Ada pengaruh signifikan antara interior, kualitas pelayanan, dan harga dengan keputusan pembelian pada *cafe "Pare Corner*".

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS *(Center For Academic Publishung Service).*

Habibah, Ummu dan Sumiati. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan*

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. Jurnal Ekonomi & Bisnis, Hal 31 – 48.

Merdeka.com.2016.Menjamurnya. https"//www.merdeka.com/uang/menjamurnya-bisnis-cafe-di-tanah-air.html diakses pada 20 April 2017.

Kawa, Yogy. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Keramik Agung Kediri.* Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane. 2009. *Manajemen Pemasaran 1.* Edisi ke tigabelas. Jakarta: Erlangga.

Kurniasari, Dhita Nova. 2013. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Mardotillah, Izzati Choirini. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Base Ball Food Court Universitas Negeri Surabaya.* Skripsi: Fakultas Ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Mariana. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk* Pada Industri UKM Amplang UD. Sinar Rejeki Di Samarinda. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Muslim, Sri Ayuni, Kamela Ice, dan Rosha Zeshasina. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Safari Cafe Padang.* Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta.

Nofiawati dan Beli Yuliandi. 2014 . *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Kembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyes Palembang.* Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol 12 No.1 Maret 2014.

Nurdiansah, Dedi. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung.* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Peter, Olson. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran.* Edisi 9-Buku 2. Jakarta: McGraw-Hill education.

Rahayuningtyas, Rufik. 2015. *Pengaruh kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhaadap Keputusan Pembelian Di Counter AG Phonecell Kediri.* Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Riduwan. 2011. *Dasar-dasar statistika*. Bandung: Alfabeta.

Rokim, Muh. Abdul, Lubis Nawazirul, dan Wijayanto Andi. 2013. *Pengaruh Harga, Bauran Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasaraya Sri Ratu Semarang.* Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2013, *Hal. 1-9* *http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/*.

Sudarmono, Lhea Handayani. 2016. *Analisis Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Faktor – Faktor Yang Membentuk Preferensi Merek Coffee Shop Di Social Media* (Studi pada Konsumen J.CO Donuts and Coffee Paragon Mall, Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. (vol 1) Yogyakarta: Andi.

Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel.* Jakarta: PT. Buku Seru.

Tjiptono, Fandy. 2010. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wandana, Firman Yogi. 2015. *Analis Pengaruh Kualitas, Desain Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Mojoroto.* Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Utami, Christina Whidya. 2014. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Yusup, Muhammad. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda* (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.