

Pengaruh Kualitas Penyajian, Harga dan Kebersihan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Makanan Pada CV. Epen Catering

Tiara Permata Sari^{1)*}

^{1)3)Universitas Buddhi Dharma}

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

^{1)permatatiara9@gmail.com}

Rekam jejak artikel:

Terima 31 Oktober 2021;
Perbaikan 31 Oktober 2021;
Diterima 5 Desember 2021;
Tersedia online 15 Desember 2021

Kata kunci: { kualitas penyajian,
Harga, Kebersihan, keputusan
konsumen
}

Kualitas Penyajian
Harga
Kebersihan
Keputusan Konsumen

Abstrak

Pengaruh kualitas penyajian, harga dan kebersihan terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering. Fakultas bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas penyajian, harga dan kebersihan terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering. Penelitian ini memakai sampel dengan jumlah 100 responden, metode pengumpulan data memakai kuisioner dan pengolahan data dengan SPSS 21. Pengujian hipotesis memakai analisis model statistik yang terdiri dari uji reabilitas, regresi linear berganda, Uji F, Uji t dan koefisien determinasi (R²). Hasil dari pengolahan data penulis, Hasil penelitian koefisien determinasi memperlihatkan bahwa pengaruh kualitas penyajian terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan mempunyai pengaruh sebesar 68,7%, harga mempunyai pengaruh sebesar 74,8% dan kebersihan mempunyai pengaruh sebesar 76,7%. Penelitian dari analisis linear berganda menunjukkan $Y = 3,799 + 0,237X_1 + 0,286X_2 + 0,383X_3 + e$, dimana adalah setiap peningkatan atau penurunan kualitas penyajian 1 poin maka keputusan konsumen akan mengalami penurunan dan peningkatan sebesar 0,237, sedangkan harga 1 poin maka keputusan konsumen akan mengalami penurunan dan peningkatan sebesar 0,286, sedangkan peningkatan atau penurunan kebersihan 1 poin. maka keputusan konsumen akan mengalami penurunan dan peningkatan sebesar 0,383. Dari hasil uji hipotesis di peroleh Fhitung model 1 sebesar 2,777, Fhitung model 2 sebesar 2,987 dan Fhitung model 3 sebesar 4,308.

I. PENDAHULUAN

CV. Epen Catering merupakan konsep catering makanan yang berlokasi di daerah Rajeg. Catering ini menawarkan menu makanan yang bervariasi setiap harinya. Menu yang disediakan dari CV. Epen Catering berupa olahan ayam, ikan, sayuran, seafood, daging sapi atau kambing. CV. Epen Catering merupakan salah satu jasa di bidang makanan yang telah diolah dan dapat diantar langsung ke tempat pemesanan. Setiap manusia tidak dapat dipungkiri akan selalu memerlukan asupan gizi untuk memperkuat tenaga dan nutrisi adalah dengan makanan. Beberapa peralatan yang diperlukan untuk menyiapkan usaha CV. Epen Catering antara lain adalah kompor dan gas, pisau, wajan, panci, pengukus, talenan, spatula dan berbagai peralatan memasak lainnya. Ide usaha kuliner inspirasi CV. Epen Catering merupakan salah satu jasa di bidang makanan yang telah di masak dan dapat diantar langsung ke tempat pemesanan. Setiap manusia tidak mudah dipungkiri pasti memerlukan asupan gizi untuk mencukupi tenaga dan nutrisi adalah dengan makanan.

Tinjauan Pustaka
Kualitas Penyajian

* Corresponding author

Menurut (Astari Amaya 2021, 19) mengatakan bahwa:

“Penyajian Makanan merupakan suatu cara untuk menyuguhkan makanan kepada orang/para tamu untuk disantap secara keseluruhan yang berisikan komposisi yang diatur dan telah disesuaikan dengan permainan warna yang disusun secara menarik agar dapat menambah nafsu makan.”

Harga

Menurut (popon susilawatin 2017, 4) mengatakan bahwa :

“Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga diukur dengan nilai yang dirasakan dari produk yang ditawarkan jika tidak maka konsumen akan membeli produk lain dengan kualitas yang sama dari penjualan.” saingannya. Harga adalah satu-satunya alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya. Keputusan harga harus dikordinasikan dengan rancangan produk.

Kebersihan

Menurut (Mercy lumare, dkk 2016, 88) mengatakan bahwa:

“Kebersihan adalah salah satu usaha pencegahan yang menitik beratkan kegiatan dan tindakan yang perlu untuk membebaskan makanan dan minuman dari segala bahaya yang dapat mengganggu atau memasak kesehatan, mulai dari sebelum makanan diproduksi, selama dalam proses pengolahan, penyimpanan, pengangkutan, sampai pada saat dimana makanan dan minuman tersebut siap untuk dikonsumsi kepada masyarakat atau konsumen (Kurnia et al., 2019).”

Keputusan Konsumen

Menurut (Giardo Permadi, dkk 2017,126) mengatakan bahwa :

“Keputusan konsumen merupakan proses penentuan pilihan konsumen dari berbagai alternatif pilihan yang ada terhadap produk yang paling sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.”

II. METODE

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti dilapangan.

2. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang telah divalidasi kepada responden guna dijawab.

3. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data yang diajukan melalui pertanyaan langsung kepada CV. EPEN CATERING dengan cara berinteraksi langsung.

4. Literatur Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari, membaca, dan mempelajari buku-buku referensi dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan variabel yang penulis teliti.

POPULASI DAN SAMPEL

a. Populasi

Menurut Handayani (2020), menyatakan bahwa :

“populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa CV. Epen Catering yang berada di Tangerang.”

b. Sampel

Menurut Rina hayati (2019), menyatakan bahwa :

“Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti; dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi, bukan bukan populasi itu sendiri. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Ukuran dan keragaman sampel menjadi penentu baik atau tidaknya sampel yang diambil.”

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang dipilih adalah data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis melalui program statistical product and service solution (SPSS 21).

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang menunjukkan tingkat valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas melalui pre-test guna mengetahui hasil dari setiap pertanyaan yang diajukan (kuesioner) yang dapat digunakan sebagai pengukur keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner dalam mengambil sampel. Setiap pertanyaan akan dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 sehingga apabila r hitung $<$ r tabel maka dapat dikatakan tidak valid. Rumusan yang digunakan dalam uji validitas ini ialah korelasi product Moment yaitu dengan rumus :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi
- x = Nilai dari item
- y = Nilai dari total item
- n = jumlah sampel

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas ialah suatu alat ukur keandalan (konsistensi) terhadap instrument. Kuesioner dapat dikatakan realibel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil. Realibilitas instrument dapat diterima jika nilai Alpha $>$ 60. Ini berarti instrument dapat digunakan sebagai pengumpulan data yang handal. Uji realibilitas dilakukan dengan metode cronbach Alpha menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_n = Reliabilitas instrument.
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir
- σ_t^2 = Varian total

2. Transformasi Data Ordinal ke Interval

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel dengan judul yang penulis tentukan yaitu, budaya organisasi, lingkungan kerja dan kepuasan kerja karyawan. Yang terdapat dua variabel bebas (variabel independen), yang saling berhubungan dengan satu variabel terkait (variabel dependen). Variabel penelitian ini menggunakan teknik skala likert yang mempunyai jawaban tidak hanya sekedar setuju atau tidak setuju, melainkan dapat dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban dengan diberi bobot 1, 2, 3, 4, 5.

Pemberian bobot dijelaskan sebagai berikut :

- Sangat setuju (SS) diberi bobot = 5
- Setuju (S) diberi bobot = 4
- Kurang setuju (KS) diberi bobot = 3
- Tidak setuju (TS) diberi bobot = 2
- Sangat tidak setuju (STS) di beri bobot = 1

3. Metode analisis data

a. Analisis Regresi linear berganda

Regresi linear berganda merupakan suatu teknik analisis yang dapat digunakan guna mengetahui suatu pengaruh atau hubungan antara dua atau satu variabel dependen dengan variabel independen. Regresi linear berganda digunakan guna mengetahui pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan. Rumusan persamaan linear berganda menurut (Sugiyono, 2017, p. 192) yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan kerja
- X_1 = Budaya organisasi
- X_2 = Lingkungan kerja
- a = Konstanta
- β_1, β_2 = Koefisien regresi

b. Korelasi berganda

Korelasi berganda merupakan suatu alat ukur guna menunjukkan keterkaitan antara dua variabel independen secara bersama sama atau lebih dari satu variabel independen. Jika nilai R berkisar antara 0-1. Apabila nilai mendekati 1

berarti hubungan yang terjadi semakin kuat atau positif, sebaliknya jika nilai yang mendekati 0, maka hubungan yang terjadi semakin lemah atau negatif. Rumusan korelasi berganda dengan tiga variabel X_1 , X_2 dan Y dapat digambarkan dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{x_1y}^2 + r_{x_2y}^2 - 2(r_{yx_1})(r_{yx_2})(r_{x_1x_2})}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Keterangan :

$R_{YX_1X_2}$ = Korelasi antar variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y .

r_{yx_1} = Korelasi product moment antara X_1 dengan Y .

r_{yx_2} = Korelasi product moment antara X_2 dengan Y .

$r_{x_1x_2}$ = korelasi product moment antara X_1 dengan X_2 .

Pedoman guna memberikan interpretasi 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, 2017)

4. Uji Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa :

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.”

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji f dilakukan guna menguji apakah semua variabel independen dan variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait.

Rumus guna menguji f sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

F_h = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah Variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Guna pengujian dilakukan dengan membandingkan besaran nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan cara :

Menghitung F penelitian yang didapatkan melalui kolom F pada tabel Anova yang didapat dari Output program SPSS 21.

Menghitung nilai Ftabel dengan tarif signifikan tertentu menggunakan kriteria hipotesis sebagai berikut :

Jika Fhitung > Ftabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika Fhitung < Ftabel maka H_0 ditolak dan H_a ditolak

Mengambil keputusan apakah H_0 atau H_a yang diterima.

b. Uji T (Uji parsial)

Uji t atau uji persial dipakai guna mengetahui hubungan korelasi r yang diterima memiliki arti atau tidak. Dan juga guna mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial antara terhadap variabel dependen . oleh karna itu perlu

diadakan uji hipotesis bahwa $H_0 = 0$ atau tidak berarti melawan $H_1 \neq 0$ atau mempunyai arti. Rumus guna menguji hipotesis sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

- t = Pengujian hipotesis
- r = Koefisien korelasi
- r^2 = Koefisien determinasi
- n = Jumlah Responden

Guna menguji hipotesis nol (H_0) kriterianya sebagai berikut:

$H_0 : P = 0$ (tidak ada hubungan antara x dan y)

$H_a : P > 0$ (ada hubungan positif antara x dan y)

$H_a : P < 0$ (ada hubungan negatif antara x dan y)

$H_a : P \neq 0$ (ada hubungan antara x dan y)

Dalam menentukan nilai tabel menggunakan tingkat kepercayaan (degree of freedom) df sebesar 95% sedangkan $\alpha = 5\%$, $df = n-2$. Ketentuan dari penerimaan dan penolakan hipotesis ialah jika nilai signifikan $< 5\%$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikan $> 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi

Jika ternyata daerah pengujian hipotesis atas ditolak maka selanjutnya koefisien dihitung koefisien determinasi guna mengetahui besarnya kontribusi variabel X (Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja) terhadap variabel Y (Kepuasan Kerja karyawan) yaitu dengan menggunakan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

- Kd = Koefisien determinasi
- r = Koefisien korelasi

III. HASIL

Data responden

Dalam hal ini penulis menganalisa pengaruh kualitas penyajian, harga dan kebersihan terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Penulis membagikan masing-masing 10 pertanyaan untuk setiap variabel kepada 100 orang konsumen yang digunakan sebagai sampel. Berikut ini data mengenai profil responden pada CV. Epen Catering dijelaskan sebagai berikut :

a. Berdasarkan tabel diatas jumlah responden sebanyak 40 orang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 41% dan sebanyak 60 orang berjenis kelamin perempuan dengan presentase 59 %. Dapat dilihat dari jumlah konsumen yang membeli makanan di CV. Epen Catering lebih banyak berjenis kelamin Perempuan.

b. Berdasarkan tabel diatas banyaknya konsumen di CV. Epen Catering yaitu sebanyak 37 orang yang berusia kurang dari 25 tahun dengan presentase sebesar 36,6%, sebanyak 41 orang yang berusia antara 26-30 tahun dengan presentase sebesar 40,6%, sebanyak 11 orang yang berusia antara 31-35 tahun dengan presentase sebesar 11,9%, sebanyak 11 orang yang berusia lebih dari 36 tahun dengan presentase sebesar 10,9%, Dimana jumlah sampel yang diambil dari seluruh konsumen yang membeli di CV. Epen Catering rata-rata berusia antara 26-30 tahun dengan presentase sebesar 40,6%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,871 dengan jumlah 10 pertanyaan. maka dapat dikatakan dengan hasil output SPSS berdasarkan tabel diatas, maka nilai 0,871 adalah baik dan reliabel.

Menentukan besarnya nilai r_{tabel} dengan ketentuan tingkat kepercayaan (*degree of Freedom* = df) jumlah responden dikurangi 2 atau $100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan 5% maka r_{tabel} sebesar 0,195.

- Membandingkan r_{tabel} dengan setiap butir r_{hitung} pernyataan dengan cara membandingkan output correlated item total correlation dengan 0,195 r_{tabel} .
- Jika dibandingkan dengan r tabel pada kolom correlated item total correlation, nilai r hitung semua pernyataan tentang kualitas penyajian lebih besar dari r tabel artinya semua pernyataan sudah valid.

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Harga (X2)

bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,895 dengan jumlah 10 pertanyaan. maka dapat dikatakan dengan hasil output SPSS berdasarkan tabel diatas, maka nilai 0,895 adalah baik dan reliabel.

- Menentukan besarnya nilai r_{tabel} dengan ketentuan tingkat kepercayaan (*degree of Freedom = df*) jumlah responden dikurangi 2 atau $100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan 5% maka r_{tabel} sebesar 0,195.
- Membandingkan r_{tabel} dengan setiap butir r_{hitung} pernyataan dengan cara membandingkan output corelated item total correlation dengan $0,195 r_{tabel}$.
- Jika dibandingkan dengan r tabel pada kolom correlated item total correlation, nilai r hitung semua pernyataan tentang Harga lebih besar dari r tabel artinya semua pernyataan sudah valid.

b. Uji Validitas dan Reabilitas Kebersihan (X3)

bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,854 dengan jumlah 10 pertanyaan. maka dapat dikatakan dengan hasil output SPSS berdasarkan tabel diatas, maka nilai 0,854 adalah baik dan reliabel.

- Menentukan besarnya nilai r_{tabel} dengan ketentuan tingkat kepercayaan (*degree of Freedom = df*) jumlah responden dikurangi 2 atau $100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan 5% maka r_{tabel} sebesar 0,195.
- Membandingkan r_{tabel} dengan setiap butir r_{hitung} pernyataan dengan cara membandingkan output corelated item total correlation dengan $0,195 r_{tabel}$.
- Jika dibandingkan dengan r tabel pada kolom correlated item total correlation, nilai r hitung semua pernyataan tentang Kebersihan lebih besar dari r tabel artinya semua pernyataan sudah valid.

c. Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan konsumen (Y)

bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,870 dengan jumlah 10 pertanyaan. maka dapat dikatakan dengan hasil output SPSS berdasarkan tabel diatas, maka nilai 0,870 adalah baik dan reliabel.

- Menentukan besarnya nilai r_{tabel} dengan ketentuan tingkat kepercayaan (*degree of Freedom = df*) jumlah responden dikurangi 2 atau $100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan 5% maka r_{tabel} sebesar 0,195.
- Membandingkan r_{tabel} dengan setiap butir r_{hitung} pernyataan dengan cara membandingkan output corelated item total correlation dengan $0,195 r_{tabel}$.
- Jika dibandingkan dengan r tabel pada kolom correlated item total correlation, nilai r hitung semua pernyataan tentang Kebersihan lebih besar dari r tabel artinya semua pernyataan sudah valid.

Regresi Linear berganda

Tabel IV. 65

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	781.938	1	781.938	214.762	.000 ^b
Residual	356.812	98	3.641		
Total	1138.750	99			
2 Regression	852.277	2	426.139	144.291	.000 ^c
Residual	286.473	97	2.953		
Total	1138.750	99			
3 Regression	873.582	3	291.194	105.422	.000 ^d
Residual	265.168	96	2.762		
Total	1138.750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

c. Predictors: (Constant), X2, X3

d. Predictors: (Constant), X2, X3, X1

- Dari uji ANOVA didapat F_{hitung} untuk model 1 merupakan 214,762 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $214,762 > 3,29$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara linear antara variabel kualitas penyajian terhadap keputusan pembelian konsumen, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen.
- Dari uji ANOVA didapat F_{hitung} untuk model 2 merupakan 144,291 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $144,291 > 3,29$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara linear antara variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen.
- Dari uji ANOVA didapat F_{hitung} untuk model 3 merupakan 105,422 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $105,422 > 3,29$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara linear antara variabel kebersihan terhadap keputusan pembelian konsumen, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen.

Tabel IV. 67

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	10.056				
	X2	.763	.052	.829	14.655	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	5.629	2.206		2.552	.012		
	X2	.431	.083	.467	5.201	.000	.321	3.113
	X3	.438	.090	.439	4.880	.000	.321	3.113
3	(Constant)	3.799	2.233		1.701	.092		
	X2	.286	.096	.310	2.987	.004	.225	4.438
	X3	.383	.089	.384	4.308	.000	.306	3.273
	X1	.237	.085	.246	2.777	.007	.308	3.243

a. Dependent Variable: Y

Dalam Menyusun persamaan regresi dapat digunakan angka pada kolom B, yaitu kolom *Unstandardized Coefficients*. Dari kolom B didapat nilai konstan 3,799, nilai koefisien kualitas penyajian 0,237, nilai koefisien harga 0,286 dan nilai koefisien kebersihan 0,383.

Dari nilai – nilai koefisien diatas didapat persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$Y = 3,799 + 0,237X_1 + 0,286X_2 + 0,383X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli Konsumen (Variabel Dependen)

a = Konstan

$b_1 b_2$ = Koefisien Regresi

X_1 = kualitas penyajian (X_1)

X_2 = Harga (X_2)

X_3 = Kebersihan (X_3)

e = Error

- Pada saat kualitas produk (X_1) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian konsumen (Y) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,237.

- Pada saat harga (X2) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin maka keputusan pembelian konsumen (Y) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,286.
- Pada saat kebersihan (X3) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin maka keputusan pembelian konsumen (Y) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,383.
- Pada kolom t digunakan untuk pengujian t untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang ada, dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} yang telah diperoleh dengan t_{tabel} .
- Kriteria pengujian t dihitung :
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a ditolak.
- Pada kolom t diketahui bahwa t_{hitung} kualitas penyajian (X1) adalah 2,777. Dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian (1- α) sebesar 95% serta tingkat kesalahan (α) $n-k = 100-2 = 98$, maka di peroleh nilai distribusi t_{tabel} adalah 0,195 dan memiliki arti t_{hitung} kualitas penyajian lebih besar dari t_{tabel} atau $2,777 > 0,195$ maka H_0 ditolak H_a diterima.
- Pada kolom t diketahui bahwa t_{hitung} Harga (X2) adalah 2,987. Dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian (1- α) sebesar 95% serta tingkat kesalahan (α) $n-k = 100-2 = 98$, maka di peroleh nilai distribusi t_{tabel} adalah 0,195 dan memiliki arti t_{hitung} kualitas penyajian lebih besar dari t_{tabel} atau $2,987 > 0,195$ maka H_0 ditolak H_a diterima.
- Pada kolom t diketahui bahwa t_{hitung} kebersihan (X3) adalah 4,308. Dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian (1- α) sebesar 95% serta tingkat kesalahan (α) $n-k = 100-2 = 98$, maka di peroleh nilai distribusi t_{tabel} adalah 0,195 dan memiliki arti t_{hitung} kualitas penyajian lebih besar dari t_{tabel} atau $4,308 > 0,195$ maka H_0 ditolak H_a diterima.
- Pada kolom Sig. digunakan pengujian probabilitas. Kriteria pengujiannya sebagai berikut :
- Jika probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika probabilitas $> 0,05$ H_0 ditolak dan H_a ditolak.
- Terlihat pada kolom Sig. diketahui nilai probabilitas kualitas penyajian, harga dan kebersihan yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas penyajian (X1) terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering, Pada kolom R square memperlihatkan angka R Square adalah 0,687 . Hal ini mengatakan bahwa besarnya pengaruh kualitas penyajian terhadap keputusan konsumen yaitu sebesar 68,7% sedangkan ($100\% - 68,7\% = 31,3\%$) di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Berdasarkan pada uji t diketahui nilai t -hitung sebesar $2,777 > 1,697$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Terdapat pengaruh signifikan variabel harga (X2) terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering, Pada kolom R square menunjukkan angka R Square yaitu 0,748 . Hal ini mengatakan bahwa besarnya pengaruh kualitas penyajian terhadap keputusan konsumen merupakan sebesar 74,8% sedangkan ($100\% - 74,8\% = 25,2\%$) di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Berdasarkan pada uji t diketahui nilai t -hitung sebesar $2,987 > 1,697$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Terdapat pengaruh signifikan variabel kebersihan (X3) terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering, Pada kolom R square menunjukkan angka R Square yaitu 0,767 . Hal ini menyatakan bahwa besarnya pengaruh kualitas penyajian terhadap keputusan konsumen yaitu sebesar 76,7% sedangkan ($100\% - 76,7\% = 23,3\%$) di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Berdasarkan pada uji t diketahui nilai t -hitung sebesar $4,308 > 1,697$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Pada tabel model summary menunjukkan nilai R square sebesar 0,767 hal ini memiliki arti bahwa besarnya pengaruh kualitas penyajian, harga dan kebersihan terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering yaitu sebesar 76,7%.

Saran

1. Saran untuk pengembangan ilmu

Dari penelitian ini telah dilakukan, penulis mengharapkan bahwa akan menambah ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman mengenai Pengaruh Kualitas Penyajian, Harga, dan Kebersihan terhadap keputusan konsumen dalam

membeli makanan pada CV. Epen Catering, terutama dalam mengaplikasikan teori yang telah diterima di Universitas Buddhi Dharma Tangerang (UBD) dengan praktik yang ada di perusahaan serta bagi penelitian selanjutnya.

2. Saran untuk kebijakan manajerial

Adapun saranyang dapat di paparkan berdasarkan kenyataan bahwa pengaruh kualitas penyajian, harga dan kebersihan terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering adalah sebagai berikut :

- a. Mengenai kepuasan konsumen sangatlah penting dalam loyalitas pelanggan, karena kepuasan pelanggan tersebut timbul dari cara bagaimana konsumen mencoba dengan rasa puas.
- b. Diharapkan CV. Epen Catering mampu terus mengevaluasi dan menyesuaikan kualitas penyajian, harga dan kebersihan agar konsumen terus meningkat supaya CV. Epen Catering perdana dapat terus maju dan berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurnia, Y., Isharianto, Y., Giap, Y. C., Hermawan, A., & Riki. (2019). Study of application of data mining market basket analysis for knowing sales pattern (association of items) at the O! Fish restaurant using apriori algorithm. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012047>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.